

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FILOZOFSKI FAKULTET
ODSJEK ZA INFORMACIJSKE I KOMUNIKACIJSKE ZNANOSTI

Lovro Štrbinić

Projekti uređenja šibenskih tvrđava i analiza samoodrživosti tvrđave sv. Mihovila

Diplomski rad

Mentor: dr. sc. Darko Babić

Zagreb, lipanj 2017.

Sadržaj

1. Uvod.....	1
2. Kulturna baština	2
2.1. Upravljanje kulturnom baštinom	3
2.2. Kulturna baština u funkciji turizma	4
2.3. Razvoj kulturnog turizma u Hrvatskoj i Šibeniku	5
2.4. Turistička statistika Šibenika	10
3. Šibenske tvrđave	11
3.1. Tvrđava sv. Mihovila.....	11
3.2. Tvrđava Barone (Šubićevac)	13
3.3. Tvrđava sv. Ivan	14
3.4. Tvrđava sv. Nikole	15
4. Projekti uređenja šibenskih tvrđava	17
4.1. Projekt uređenja tvrđave sv. Mihovila.....	17
4.1.1. Ciljevi projekta.....	18
4.1.2. Trošak projekta	19
4.2. Projekt uređenja tvrđave Barone	20
4.2.1. Urbanističko rješenje.....	21
4.2.2. Ciljevi projekta.....	22
4.2.3. Izvedena obnova.....	22
4.2.4. Aktivnosti u sklopu projekta	24
4.2.5. Trošak projekta.....	25
4.3. Projekt uređenja tvrđave sv. Ivan	25
4.3.1. Plan projekta.....	26
4.3.2. Trošak projekta.....	28
5. Uspješne prakse upravljanja kulturnim vrijednostima u inozemstvu i Hrvatskoj	29
5.1. Grad Solin.....	29
5.2. Grad Trogir	30
5.3. Grad Avila (Španjolska)	32
5.4. Sveti Stjepan Sasonski (Italija).....	34
5.5. Citadela Spandau u Berlinu (Njemačka)	35
6. Analiza i projekcija programskih mogućnosti tvrđave Sv. Mihovila	37
6.1. SWOT analiza pozornice tvrđave Sv. Mihovila	37

6.2.	Analiza programskog sadržaja i potpunosti tvrđave Sv. Mihovila.....	39
6.2.1.	Sezona 2014.	39
6.2.2.	Sezona 2015.	42
6.2.3.	Sezona 2016.	44
6.2.4.	Zaključak analize programskog sadržaja tvrđave Sv. Mihovila.....	46
6.2.5.	Financijska održivost tvrđave sv. Mihovila i tvrđave Barone.....	48
7.	Zaključak.....	50
8.	Sažetak	52
9.	Abstract	53
	Popis literature.....	54
	Popis korištenih slika	56
	Popis tablica	57

1. Uvod

Upravljanje baštinom je kompleksan i dugotrajan proces koji se sastoji od niza komponenti, od nastanka svijesti o tome kako je nešto baština pa sve do načina očuvanja te baštine te vrednovanja na način da ono bude od koristi i za samu baštinu, ali i za lokalnu zajednicu.

Primjer Šibenika odličan je u kontekstu praćenja upravljanja baštinom, kroz praćenje projekata uređenja postojećih tvrđava koje okružuju grad, a koje su nakon desetljeća zapostavljanja u gradu prepoznate kao ogroman kulturni potencijal i zamašnjak razvoju turizma kroz kulturni turizam. Prepoznavanje je prvi korak čitavog procesa vrednovanja baštine i upravljanja njome, što se može pratiti kroz projekte uređenja i samo uređenje tvrđava sv. Mihovil i Barone te postojeći projekt budućeg uređenja tvrđave sv. Ivan. Od financijske konstrukcije i općenito uloženi sredstava do prenamjene prostora iz neiskorištene javne površine u prvoklasnu kulturnu atrakciju, čitav je ciklus, a onaj idući počinje korištenjem tvrđave.

Ovaj rad prilika je za analizu nabrojanih projekata, ali i programa koji su aktualni na tvrđavama te općenito funkcioniranja tvrđave sv. Mihovil tijekom prve tri sezone od otvaranja obnovljene tvrđave 2014. godine. Obratit će se pozornost na njenu održivost, u kontekstu financija, ali i u kontekstu prilagođenosti programa samim tvrđavama, odnosno garancije dugoročne mogućnosti funkcioniranja na inicijalno postavljeni način.

Cilj je osnovni koncept upravljanja baštinom prikazati kroz primjere šibenskih tvrđava, a jednu od njih, tvrđavu sv. Mihovila, za koju postoji period promatranja od tri godine, usporediti sa sličnim primjerima upravljanja baštinom iz Hrvatske i inozemstva, kao i usporediti primjer Šibenika sa ostalim gradovima i mjestima sa sličnom pričom upravljanja baštinom.

2. Kulturna baština

Kulturna baština je na neki način podskupina baštine u cjelini, koja označava i mnogo širi pojam nasljeđa te očuvanja, upravljanja i prezentacije toga. UNESCO, primjerice, kao definiciju baštine nudi sljedeću rečenicu: „Baština je sve ono što je naslijeđeno od prošlih generacija, što se održava u sadašnjosti i što će se očuvati za dobrobit budućih generacija. Kulturna i prirodna baština su i nezamjenjivi izvori života i nadahnuća.“ (UNESCO, URL: www.unesco.org/en/about/)

Tomislav Marasović, pak, baštinu opisuje kao „nasljeđe koje preci ostavljaju potomcima“, a isti autor uvelike se bavi definiranjem kulturne baštine, pa tom prilikom kulturu opisuje kao nešto što „obuhvaća ukupnost tvorbi ili pojava u materijalnom i duhovnom životu svakog naroda i čovječanstva u cjelini“. (Marasović, T., 2001: 9)

Možemo ju podijeliti na materijalnu i nematerijalnu. Dok materijalna ne iziskuje previše navođenja primjera, u nju spadaju brojni spomenici, utvrde, crkve i razni materijalni ostaci, nematerijalna je nešto teža za definiranje. Postoji i drugi naziv za nju, živuća kulturna baština, a najčešće se odnosi na sljedeće: usmenu tradiciju, izričaj i jezik, scensku umjetnost, društvene rituale i svečanosti, tradicijske obrte te znanja i prakse o prirodi i svemiru. (Jelinčić D.A., 2008: 32)

UNESCO, pak, nematerijalnu baštinu opisuje kao nešto što zajednice i skupine stvaraju u suglasju s okolinom u kojoj žive, u interakciji s prirodom te povijesnim uvjetima, a ona predstavlja identitet naroda i skupina ljudi i osigurava im kontinuitet življenja. Njenim očuvanjem promiče se, podupire i razvija kulturna raznolikost te ljudska kreativnost. (UNESCO Intangible Heritage, 2003.)

Sam pojam kulturne baštine uvelike se na globalnu scenu počeo uvoditi nakon nekoliko konvencija UNESCO-a, koje su u razmaku od 1954. do 2003. godine pokazale napredak u poimanju kulturne baštine u međunarodnom društvu, pa i u međunarodnom pravu.

Prva u kojoj je ona dublje obrađena bila je Haška konvencija za zaštitu kulturnih dobara u slučaju oružanog sukoba iz 1954., a koja se orijentira prije svega na zaštitu materijalne kulturne baštine koja bi u ratu mogla biti uništena, pritom koristeći pojam kulturnog dobra kao svojevrzne jedinice kulturne baštine.

Sljedeća je bila Konvencija o mjerama zabrane i sprječavanja nezakonitog uvoza, izvoza i prijenosa vlasništva kulturnih dobara iz 1970. godine, koja se također orijentira na materijalni dio kulturne baštine i to pokretni dio kulturne baštine

Iz 1972. godine datira UNESCO-ova Konvencija o zaštiti svjetske kulturne i prirodne baštine, a prema njoj pojam kulturne baštine obuhvaća i dalje samo materijalnu baštinu, odnosno tri kategorije nekretnina „od iznimne univerzalne vrijednosti“: spomenike, graditeljske cjeline i lokalitete. Ova konvencija je, međutim, označila napredak u poimanju značajnosti kulturne baštine za javne i kolektivne interese šire društvene zajednice.

Godine 2001. održana je Konvencija o zaštiti podvodne kulturne baštine. Iz naziva se zaključuje o čemu se radi, a podvodna kulturna baština je tom prilikom definirana kao „tragovi ljudskog postojanja kulturnog, povijesnog ili arheološkog karaktera koji su se nalazili, djelomično ili potpuno pod vodom, povremeno ili stalno, barem 100 godina.“ I dalje je, dakle, riječ prije svega o materijalnoj kulturnoj baštini.

Konvencija o zaštiti nematerijalne kulturne baštine došla je na red 2003. godine, a kao zahtjevan zadatak imala je određivanje predmeta zaštite. Na koncu ona nematerijalnu baštinu opisuje kao „vještine, izvedbe, izričaje, znanja, umijeća, kao i instrumente, predmete, rukotvorine i kulturne predmete koji su povezani s tim, koje zajednice, skupine i, u nekim slučajevima, pojedinci prihvataju kao dio svoje kulturne baštine.“

Sagledavajući svih pet spomenutih konvencija, može se istaknuti zaključak kako je svima zajednička, odnosno kronološki je rastuća svijest o važnosti očuvanja kulturne baštine. Temeljni razlog toga, što se može iščitati iz ovih konvencija, je činjenica da ona čini „bitnu komponentu identiteta, ne samo užih i širih ljudskih zajednica, pa tako i čovječanstva kao cjeline, nego je u krajnjoj liniji ugrađena u identitet svakog pojedinca.“ (Gillman. D, 2010: 198)

2.1. Upravljanje kulturnom baštinom

Upravljanje baštinom termin je koji se odnosi na upravljanje i materijalnim i nematerijalnim oblicima baštine, a koji u aktualnom trenutku ima sve veću važnost i potrebu. Ono se odnosi ne samo na upravljanje pojedinim dijelovima baštine kao turističkim objektima

i turističkim atrakcijama, o čemu će biti fokus s obzirom na kontekst ovog rada, već i na brojne druge načina upravljanja.

Upravljanje baštinom kreće od same identifikacije baštine, prema riječima, primjerice, Petera Howarda „naslijeđene stvari ne postaju baština same po sebi sve dok nisu prepoznate kao takve“. (Howard 2003: 6) Pod upravljanje baštinom, samim tim, spada i identificiranje te iste baštine, odnosno njezino otkrivanje, zatim njezino održavanje i eksploatacija, primarno u kulturnom i znanstvenom smislu, te kontrola i usmjeravanje njenog daljnjeg korištenja.

Pod ključni alat za upravljanje baštinom treba staviti interpretaciju baštine, a prema Tildenu, pod interpretacijom smatramo „edukacijsku aktivnost koja teži otkrivanju značenja i odnosa upotrebom izvornih predmeta, neposrednim osobnim iskustvom i ilustrativnim sredstvima više nego jednostavnim komuniciranjem činjenične informacije.“ (Tilden F., 1957: 8)

Pravilna interpretacija je ključna prilikom zaštite baštine i razvijanja svijesti kod posjetitelja o vrijednosti i značenju te baštine, a i na pozitivan način može upravljati posjetiteljima.

Iz svega, može se izvesti svojevrsna definicija upravljanja baštinom, prema Babiću to je primijenjena multidisciplinarna grana koja nadilazi relacije svedene isključivo na zaštitu baštine ili izravnu ekonomsku isplativost baštine, a suvremeno shvaćanje upravljanja baštinom znači uvažavanje svih društveno relevantnih faktora u određenom zadanom kontekstu, te posljedično osiguravanje opipljive koristi kojom kvalitetno upravljanje baštinom doprinosi razvoju prvenstveno lokalne zajednice, ali i društva u cjelini. Od ključnog značenja prilikom upravljanja baštinom je planiranje te znanje, i to multidisciplinarno.

2.2. Kulturna baština u funkciji turizma

Upotrebljavanjem ili korištenjem kulturne baštine u funkciji turizma rađa se kulturni turizam, jedna od najbrže rastućih grana turizma u posljednje vrijeme. Njega treba promatrati i iz aspekta kulture i iz aspekta turizma, a sažeto ga opisuje Nuryanti, koji kaže da turizam vezan uz kulturu i kulturnu baštinu omogućuje opisivanje prošlosti u sadašnjosti. Prema istom autoru, razvijenije svjetske države, one koje su manje ostale usko vezane uz tradiciju, dosad su već

gotovo maksimalno iskoristile baštinu u turističke svrhe, ulaganjem velikih napora da to postignu, dok se u manje razvijenim zemljama, gdje i dalje veliku ulogu igraju tradicija, religija pa i praznovjerje, i dalje krije veliki potencijal za razvoj kulturnog turizma (Nuryanti, 1996: 251)

ICOMOS (International Council on Monuments and Sites), međunarodna udruga koja se bavi očuvanjem, zaštitom i promicanjem kulturne baštine, kulturni turizam vidi kao oblik turizma kojem je, između ostalog, svrha otkrivanje spomenika i lokaliteta te ima pozitivne učinke na same spomenike i lokalitete jer pridonosi njihovom održavanju i očuvanju. Na neki način kulturni turizam opravdava napore koje to održavanje i očuvanje zahtjeva od zajednice zbog socio-kulturne i ekonomske dobrobiti koju donosi lokalnom stanovništvu (ICOMOS Cultural Tourism Charter, 1999.)

Niz je još definicija kulturnog turizma, ne postoji jedna općeprihvaćena, no sve su na istom ili sličnom tragu i zapravo je općenito točno da je to turizam koji uključuje aktivnosti posebnih interesa, kod kojeg su posjete osoba izvan mjesta njihova stalnog boravka motivirane u cijelosti ili djelomično interesom za povijest, umjetnost, baštinu i stil života nekog mjesta, u što se uključuju i materijalna i nematerijalna dimenzija kulturne baštine (Jelinčić, 2008: 51). Strogo tehnički gledano, kulturne turiste opisuje se i u Strategiji razvoja kulturnog turizma, gdje se navodi kako se „turisti smatraju kulturnim turistima ako su barem djelomice motivirani željom za sudjelovanjem u kulturnim aktivnostima“. (Strategija razvoja kulturnog turizma, 2003: 5).

2.3. Razvoj kulturnog turizma u Hrvatskoj i Šibeniku

U Hrvatskoj je turizam spletom okolnosti postao glavna prihodovna grana i temelj razvoja. Veliki utjecaj na dobre turističke pokazatelje, odnosno veliku posjećenost Hrvatske, svakako ima i kulturni turizam jer su uz prirodne blagodati i atrakcije, upravo brojni izuzetno atraktivni lokaliteti kulturne baštine stvorili od Hrvatske turističku atrakciju u europskom pa i svjetskom okviru.

Dalmacija kao regija uz Istru je najveći nositelj turističke ponude, odnosno glavna uzdanica i što se tiče ponude kulturnog turizma, a Šibenik posljednjih godina igra sve značajniju ulogu u turizmu, odnosno dobiva sve veći dio kolača kroz rast turističke ponude, ali i posjete. Možda i

ključno u svemu tome je postalo to što je Šibenik postao svjestan svog potencijala i krenuo se sustavno baviti turizmom, među granama kojeg je kulturni turizam postao nositelj ponude.

Ulaskom u projekte revitalizacije šibenskih tvrđava, grad Šibenik je strateški postavio tu granu turizma za temelj svoje turističke strategije. U „Strategiji razvoja grada Šibenika“ iz 2011. godine Šibenik se vidi kao centar zelenih industrija Jadrana, a od četiri postavljena cilja dva su vezana za ovu temu, a to su održivi turizam te očuvan okoliš, valorizirane i očuvane prirodne i kulturne vrednote. Kulturni turizam smatra se segmentom održivog turizma te je kao takav visoko rangiran u strategiji grada.

Govoreći o kulturnom turizmu i njegovom rastu na globalnoj razini, možemo ga donekle definirati kroz ovu tvrdnju: „Sredinom 80-tih godina prošlog stoljeća dolazi do pojave post – modernih turista. To su turisti kojima fokus putovanja nije na atraktivnosti same destinacije, već na vlastitim interesima, iskustvima, aktivnostima i saznanjima koja će steći tijekom turističkog boravka. Tako su se u svijetu počeli razvijati selektivni oblici turizma kao što su sportski, ruralni, vjerski, zdravstveni, avanturistički i dr. Među njima razvio se i kulturni turizam, koji od tada doživljava stalni rast. (Jelinčić, D. A., 2013.)

Također, jedan od razloga zašto se Šibenik kao jedan od najvećih centara Dalmacije i kao grad s velikim turističkim potencijalom okrenuo kulturnom turizmu kao jednom od temelja svoje strategije razvoja je i činjenica da kulturni turizam visoko kotira i u hijerarhiji strategije razvoja Republike Hrvatske.

Strategija razvoja kulturnog turizma iz 2003. godine, napravljena od strane Instituta za turizam, definira kulturni turizam kao „Posjete osoba izvan njihovog stalnog mjesta boravka motivirane u cijelosti ili djelomično interesom za povijest, umjetnost, baštinu ili stil života lokaliteta, regije, zemlje. Tom definicijom kultura obuhvaća i materijalnu dimenziju – muzeje, galerije, koncerte, kazališta, spomenike i povijesne lokalitete, ali i ne-materijalnu dimenziju – običaje, tradicije, obrte, vještine. Prema toj definiciji, turisti se smatraju kulturnim turistima samo ukoliko su barem djelimice motivirani željom za sudjelovanjem u kulturnim aktivnostima.“

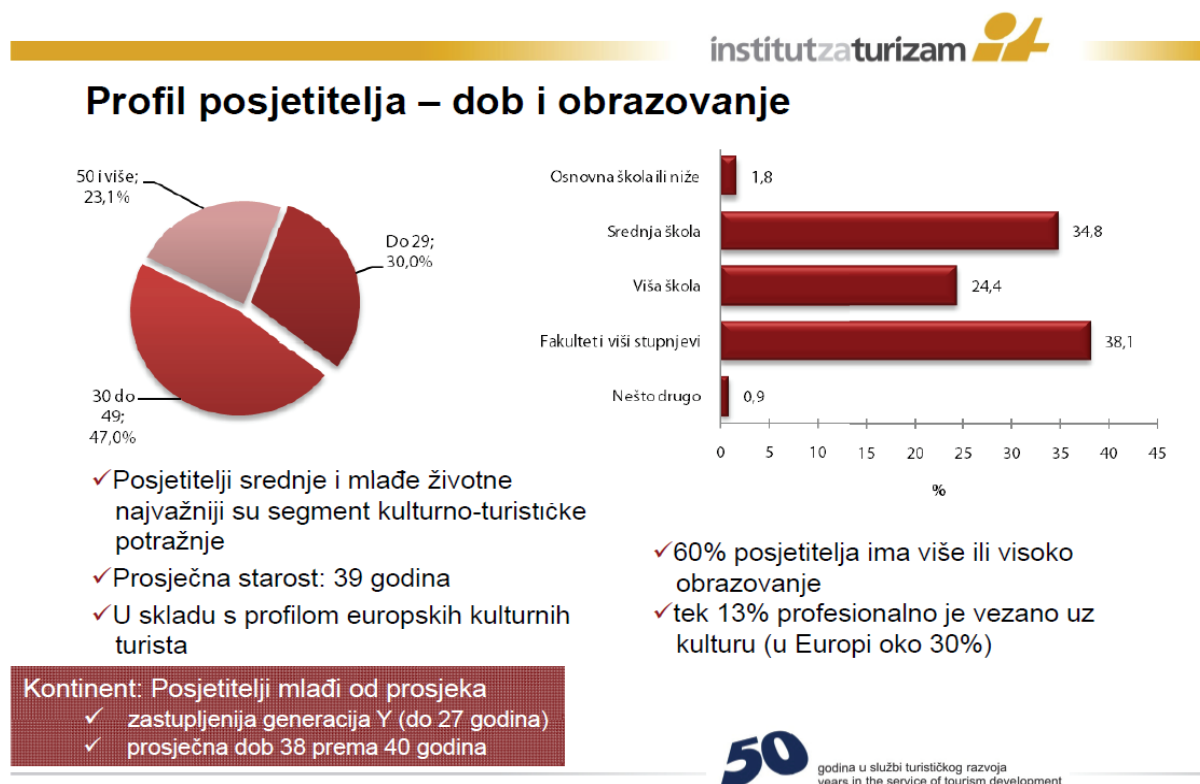
U toj Strategiji ističu se i prednosti tzv. kulturnih turista:

1. Uglavnom putuju individualno, što znači povećanje prihoda za destinaciju izbjegavanjem plaćanja provizija posrednicima.
2. Natprosječni su prema stupnju obrazovanja, primanjima te potrošnji.

3. Skloni su organizaciji putovanja prema vlastitim željama i rasporedu, koriste Internet za informiranje, rezervaciju smještaja te kupovinu putnih karata i ulaznica za pojedine događaje i spomenike.

Ističe se i kako kulturni turizam pozitivno djeluje na razvoj destinacije kroz promociju jer kulturne destinacije čini jedinstvenima i prepoznatljivima.

Prema istraživanju iz 2008. godine koje je proveo Institut za turizam RH, naslova „Stavovi i potrošnja posjetitelja kulturnih atrakcija i događanja u Hrvatskoj, TOMAS 2008 – Kulturni turizam“, jasno se vidi profil kulturnih turista.



Slika 1. Profil kulturnih turista po dobi i obrazovanju

Izvor: Stavovi i potrošnja posjetitelja kulturnih atrakcija i događanja u Hrvatskoj, Institut za turizam, 2008.

Prema podacima iz tog dokumenta vidljivo je kako je riječ o visoko obrazovanim posjetiteljima srednjih ili visokih primanja, koji su u mogućnosti potrošiti veći iznos na lokaciji koju posjete. Najveći broj (47 posto) je starosti između 30 i 49 godina, 30 posto ih je starosti do 29 godina, a 23 posto ih ima 50 ili više godina. Većina (38,1 posto) ima završeno fakultetsko obrazovanje, 24,4 posto barem višu školu, a 34,8 posto srednju školu.

„Prosječni kulturni turist je srednje i mlađe dobi, natprosječnog obrazovanja i primanja. Većinom se radi o ljudima koji po prvi put posjećuju Hrvatsku. Informacije prikupljaju više od godinu dana unaprijed, a informiraju se prvenstveno kroz preporuke poznanika i putem interneta. Najveći dio inozemnih posjetitelja Hrvatsku poistovjećuje s bogatom kulturno – povijesnom baštinom.“ (Stavovi i potrošnja posjetitelja kulturnih atrakcija i događanja u Hrvatskoj, TOMAS 2008 – Kulturni turizam, 2009.)

Iz svega navedenog može se zaključiti kako komunikacija s ciljnom skupinom u ovom slučaju treba ići putem rješenja koje će biti moderno, tehnički i grafički dotjerano, u skladu s trendovima na globalnoj razini, inteligentno, ali i vrlo jasno, „na prvu“. Svi logotipi i grafika kulturnih lokacija i spomenika moraju biti primjenjivi i u digitalnom okruženju, na internetu i ostalim platformama. Također, kompletna ponuda i mogućnost kupovine ulaznica i rezervacije smještaja mora biti jednostavna i moguća putem interneta.

Posebno je bitno i da izvedba i ponuda budu u skladu s oglašavanjem i da se na posjetitelje ostavi dojam jer je indikativan pokazatelj motiva, odnosno informiranosti kulturnih turista o posjećenoj kulturnoj atrakciji ili kulturnom događanju. Naime, prema ovom istraživanju, najveći broj kulturnih turista dolazi na preporuku prijatelja ili rodbine, a nešto manji od toga, također na vrhu ljestvice motiva, je broj onih koji dolaze na temelju prijašnjih iskustava. U vrhu su, naravno, i informiranost putem interneta i letaka, ali i preporuke lokalnog stanovništva.

O posjećenoj atrakciji/događanju – izvori informacija



Slika 2. Izvori informacija o posjećenosti atrakciji/događaju

Izvor: Stavovi i potrošnja posjetitelja kulturnih atrakcija i događanja u Hrvatskoj, Institut za turizam, 2008.

Uz termin kulturnog turizma, spominje se još jedan termin primjenjiv u kontekstu Šibenika, a to je tzv. kulturno poduzetništvo, odnosno poduzetništvo utemeljeno na kulturnoj baštini. Ono se može odrediti kao „skupina onih djelatnosti čijim proizvodima i uslugama komercijalnu vrijednost daje kreativni rad utemeljen na poznavanju povijesti, umjetnosti i kulture. U pravilu se ne financiraju iz javnih izvora, na tržištu imaju svoje specifične potrošače, a pridonose stvaranju simboličkih vrijednosti i njegovanju identiteta. Kao područja koja dobro pokrivaju kompleks poduzetništva utemeljenog na kulturnoj baštini, mogu se izdvojiti: kulturne industrije (kreiranje i produkcija glazbe, umjetničkih predstava, obrta, književnosti, vizualne umjetnosti, izložbi, festivala, kao i izdavaštva, arhitekture, dizajna i dr.) i kulturni menadžment (istraživanje, planiranje, produkcija, organiziranje, vođenje kulturnih projekta, financiranje, marketing, promocija, informiranje te edukacija i osposobljavanje menadžera).“ (Ministarstvo kulture RH: Strategija zaštite, očuvanja i održivog gospodarskog korištenja kulturne baštine RH za razdoblje 2011. - 2015.)

Bitno je stoga da kulturne atrakcije financirane iz javnih izvora postanu temelj zamašnjak kulturnog poduzetništva, odnosno da nude priliku za nadogradnju kulturne ponude pojedincima

ili tvrtkama iz privatnog sektora koji u njoj vide priliku za vlastiti poduzetnički pothvat. Njime, a to primjerice mogu biti pojedini festivali, zasebni koncerti, prodavaonice, ugostiteljski objekti i slično, grad Šibenik zapravo besplatno dobiva dodatne sadržaje uklopljene u strategiju turističkog razvoja, ali i sekundarnu zaradu kroz dodatnu potrošnju turista motiviranih dolaskom zbog određenog događaja.

2.4. Turistička statistika Šibenika

Šibenik je posljednjih nekoliko godina definitivno u porastu što se tiče turističke ponude, ali i onog konkretno mjerljivog, turističkih brojki. Gledajući uobičajenu statističku rubriku, broj dolazaka turista, jasno se vidi napredak po godinama, od 2011. naovamo. Od 2011. do 2015., porast je ukupno nešto veći 40 posto, a gledajući samo porast od 2014. do 2015., on iznosi respektabilnih 13,10 posto.

Od 2013. do 2015., ubrajajući tako dvije sezone u kojoj je nositelj ponude bila tvrđava Sv. Mihovila, porast je 22,56 posto.

Godina	Domaći turisti	Strani turisti	Ukupno
2011.	35896	161459	197355
2012.	32492	175181	207673
2013.	39533	186073	225606
2014.	43920	200556	244476
2015.	53459	223064	276523

Tablica 1. Prikaz dolazaka domaćih i stranih turista na području grada Šibenika

Izvor: Ministarstvo turizma Republike Hrvatske

3. Šibenske tvrđave

Grad Šibenik okružen je sa četiri tvrđave, koje su dio fortifikacijskog sustava grada razvijanog kroz nekoliko stoljeća, podizani poradi prijetnje od različitih neprijatelja tadašnje vlasti u Šibeniku, ali sve, naravno, iz razloga zaštite grada.

Nekoć na rubnim dijelovima grada Šibenika, tvrđave su danas prostornom ekspanzijom grada postale dijelom njegova centra, užeg ili šireg, s izuzetkom specifične tvrđave sv. Nikole, koja se nalazi na par kilometara zračne udaljenosti od samog grada, na ulazu u kanal sv. Ante, jedini prirodni put kojim se s mora moglo i može doći do Šibenika.

Riječ je o tvrđavama sv. Mihovil, Barone (Šubićevac), sv. Ivan (Tanaja) i sv. Nikola.

3.1. Tvrđava sv. Mihovila

Tvrđava Sv. Mihovila nalazi se iznad današnjeg groblja sv. Ane, pa je česta i zabuna korištenja imena, jer se među lokalnim stanovništvom, barem kod jednog dijela, udomaćio naziv Sv. Ana i za tvrđavu uz groblje.

Najstarija je od svih tvrđava, datira vjerojatno i ranije od 11. stoljeća, ne može se sa sigurnošću reći kad jer prvi spomen grada Šibenika datira iz 1066. godine, a smatra se da je grad podignut podno tvrđave Sv. Mihovila. Također, prvi vojni zapisi u kojima se spominje su s prijelaza 11. i 12. stoljeća, smatra se da je služila i kao baza za gusarenje.

Podignuta je na šezdesetak metara visokoj uzvisini. Nalazila se na strateški povoljnom položaju između antičkih središta Zadra i Split, a u ono vrijeme imala je itekakvog smisla pozicija na kojoj je podignuta, i u kontekstu trgovačkih veza i u kontekstu nadgledanja okolnog područja. Idejno zamišljena kao osmatračnica i zaklon za lokalno stanovništvo, s vremenom je nadograđivana, nešto i u sklopu obnova nakon razaranja, a ime je dobila po crkvi sv. Mihovila, koja se od 12. stoljeća nalazila unutar zidina.

Tvrđava je u obliku nepravilnog četverokuta, a najstariji zid koji i danas postoji je iz 13. stoljeća, dok je ostatak danas postojećih zidova, najveći dio tvrđave, sagrađen tijekom 15.

stoljeća. Sačuvanost bi bila i veća do trenutka obnove da nije bilo eksplozija barutane unutar tvrđave, što se zbilo 1663. godine i 1752. godine.

Prema zapisima iz povijesti, tvrđava je zaista bila teško osvojiva utvrda i ispunjavala je svrhu, a umalo je srušena sa zemljom 1412. godine, nakon što je Šibenik pao pod vlast Mletačke Republike. U ugovoru o predaji grada stajala je naredba o rušenju tvrđave, no ubrzo po dolasku nove vlasti u Šibenik od toga se odustalo. Dapače, pristupilo se njezinom popravljaju i nadogradnji, primjerice gradnji dvostrukih bedema.

S vremenom je gradnjom preostalih tvrđava na neki način pala u drugi plan i zapuštena je nauštrb preostale tri, no nova austrijska uprava u Šibeniku 1832. godine je obnovila njen najveći dio, koji predstavlja značajan primjer arhitektonsko-graditeljske baštine Dalmacije te cijele Hrvatske.



Slika 3. Tvrđava sv. Mihovila

Izvor: ŠibenikIN, URL: <http://www.sibenik.in/sibenik/grubic-tvr-ave-sv-mihovila-i-barone-tek-su-pocetak-obnove-sibenskih-starina/61370.html>

3.2. Tvrđava Barone (Šubićevac)

Tvrđava Barone sagrađena je 1646. godine, a smještena je također na uzvisini, na osamdesetak metara visokom brdu Vidakuša iznad grada. Do njene gradnje došlo je iz razloga sve lošijeg stanja postojećih obrambenih zidova te stanja tvrđave sv. Mihovil, koja je u ovo vrijeme bila osjetljiva i na topovsku paljbu zbog činjenice da je bila dosta viša od okolnih brda.

Stoga se uslijed izbijanja rata između Osmanskog Carstva i Venecije krenulo u izgradnju tvrđave Barone 1646. godine. Istovremeno, započela je i gradnja još jedne tvrđave, današnje tvrđave sv. Ivana., svega stotinjak metara udaljene od tvrđave Barone.

Tijekom nekoliko mjeseci obje tvrđave su dovršene, a njihova gradnja veoma je zaslužna što je vrlo jak osmanski napad u rujnu 1647. godine odbijen, pri čemu je osmanska vojska brojala velike gubitke.

Tvrđava Barone sagrađena je u obliku nepravilne zvijezde, po svim standardima tadašnjeg vremena, a posebno je s dva polubastiona utvrđen njen sjeverni dio. Projektirao ju je fra Antonio Leni, inženjer iz Genove, dok je izgradnju organizirao i nadzirao zapovjednik obrane Šibenika, barun Christoph Martin von Degenfeld, poznat kao barun Degenfeld. Njemu u čast su građani kasnije tvrđavu nazvali Barone, unatoč činjenici da je kraj nje postojala crkvice sv. Vida, pa je po analogiji po kojoj je prva tvrđava dobila ime, i ova trebala po crkvici. Uostalom, sve ostale tvrđave ime su dobile po sakralnim objektima u svojoj blizini.

Tijekom godina, do uređenja koje je završeno 2015. godine, tvrđava Barone je uvelike zapuštena, iako je na njoj postojao i ugostiteljski objekt, prije toga i objekt koji je služio kao meteorološka postaja.



Slika 4. Tvrđava Barone

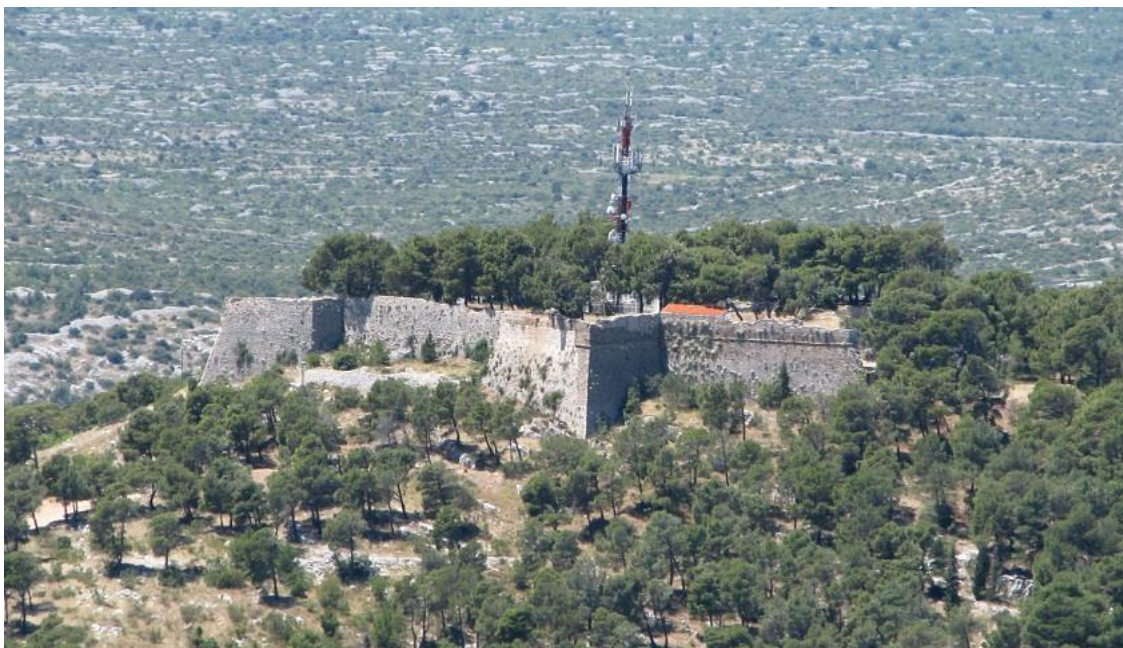
Izvor: Tvrđava Barone, URL: www.barone.hr

3.3. Tvrđava sv. Ivan

Tvrđava sv. Ivan je, kao što smo naveli, sagrađena u istom periodu kao i tvrđava Barone, gradnja je krenula 1646. godine. Njezin projektant je, kao i u slučaju tvrđave Barone, fra Anton Leni, a nalazi se na najvišoj nadmorskoj visini od tri kopnene šibenske tvrđave, na brdu visokom 115 metara sjeverno od stare gradske jezgre. Ime duguje kapeli sv. Ivana koja se nalazila na tom mjestu, također je u tlocrtu zvjezdastog oblika, ali na sjevernoj strani ima dodatni visoki zidani nasip kao pojačanje, u obliku kliješta, po čemu je dobila svoje drugo ime. Naime, od talijanskog termina za kliješta, tanaglia, dobila je naziv Tanaja, koji se i danas udomaćio među Šibenčanima.

Bila je vrlo dobro utvrđena, građena je po tada modernim shvaćanjima vojne arhitekture, s tzv. Terrapienom, što označava da je imala bastionski sustav ojačan zemljanim nanosima, kako topovske granate ne bi probijale zidove. Unutar svojih zidova tvrđava sv. Ivan je sadržavala nekolicinu objekata namijenjene prije svega smještaju vojnika, kao i cisternu te barutanu. Kako je građena u istom trenutku kad i tvrđava Barone, s njom je činila jedinstven obrambeni sustav Šibenika u tom dobu pa je s drvenom palisadom bila spojena s drugom tvrđavom, na nešto nižoj uzvisini.

Na tvrđavi sv. Ivana nalazi se, u njenom unutarnjem dijelu, veliki repetitor HTV-a (Hrvatske radio televizije).



Slika 5. Tvrđava sv. Ivan

Izvor: Društvo za očuvanje šibenske baštine Juraj Dalmatinac, URL:

<http://www.jurajdalmatinac.com/?p=916>

3.4. Tvrđava sv. Nikole

Drugačija od sve tri navedene, na moru na ulazu u kanal sv. Ante nalazi se tvrđava Sv. Nikole, sagrađena tijekom 16. stoljeća. Točnije, od 1540. do 1547. godine. Sagrađena je na otočiću Ljuljavcu, na kojem je bila crkvice i benediktinski samostan sv. Nikole, pa odatle vuče svoj naziv.

Nastala je uslijed turskih napada, nakon pada Skradina, gradića do kojeg se morskim putem također može doći samo kroz kanal sv. Ante. Postojala je tada opasnost da će Turci uspostaviti pomorsku vezu sa Skradinom pa se krenulo u izgradnju ove utvrde, koja je okružena morem gotovo sa svih strana, izuzev uskog dijela kojim se može doći s kopna na nju.

Projektirao ju je Gian Girolamo Sanmicheli, trokutastog je oblika, izuzetno sigurna i čvrsta. Također, donijela je neka nova rješenja za to doba, poput kliješta između polubastiona prema jugu tvrđave međusobno povezanih kortinom. Donji dio sagrađen je od bijelog kamena, a gornji dio od opeke, iz razloga što je taj materijal bolje amortizirao topovske kugle. Opeka je za gradnju dopremana čak iz Veneta.

Tvrđava je imala cisternu kao sastavni dio, do danas je jako dobro očuvana, a najvrjedniji detalj u smislu arhitekture i umjetnosti smatraju se ulazna vrata na tvrđavu. Zasigurno se može smatrati jednom od najjačih pomorskih fortifikacijskih građevina na Jadranu.



Slika 6. Tvrđava sv. Nikole

Izvor: ŠibenikIN, URL: <http://www.sibenik.in/bastina/andrej-zmegac-utvrda-sv-nikole-u-sibeniku-jedna-od-najvaznijih-i-najboljih-u-hrvatskoj/58402.html#>

4. Projekti uređenja šibenskih tvrđava

Šibenske tvrđave godinama su bile zapuštene gradske atrakcije, kojima je ta zapuštenost donijela status okupljališta mladih, bile su u funkciji parkova, potpuno neiskorištenog potencijala. Pristupačnost nije bila na razini, a svaka od njih nosila je i svoje opasnosti po posjetitelje, kao posljedica neodržavanja tvrđava. Početkom drugog desetljeća 21. stoljeća počele su priče i ideje oko uređenja tvrđava, a zahvaljujući sredstvima iz europskih fondova 2012. godine krenule su i konkretne radnje na uređenjima tvrđava, konkretno na uređenju tvrđave sv. Mihovila, koja je postala prva preuređena šibenska tvrđava.

4.1. Projekt uređenja tvrđave sv. Mihovila

Tvrđava sv. Mihovil prva je od svih šibenskih tvrđava krenula u obnovu. Godine 2012. potpisan je ugovor o obnovi, a tvrđava je svečano otvorenje u novom ruhu doživjela u lipnju 2014. godine.

Obnova je uključivala sanaciju perimetralnih zidova i uređenje, odnosno prenamjenu unutarnjeg prostora i pripadajućih okolnih prostora. Glavno obilježje tvrđave pritom je postala velika ljetna pozornica, koja je zamišljena da nosi cijeli program i ponudu tvrđave i postane jedna od najatraktivnijih koncertnih i scenskih lokacija u regiji.

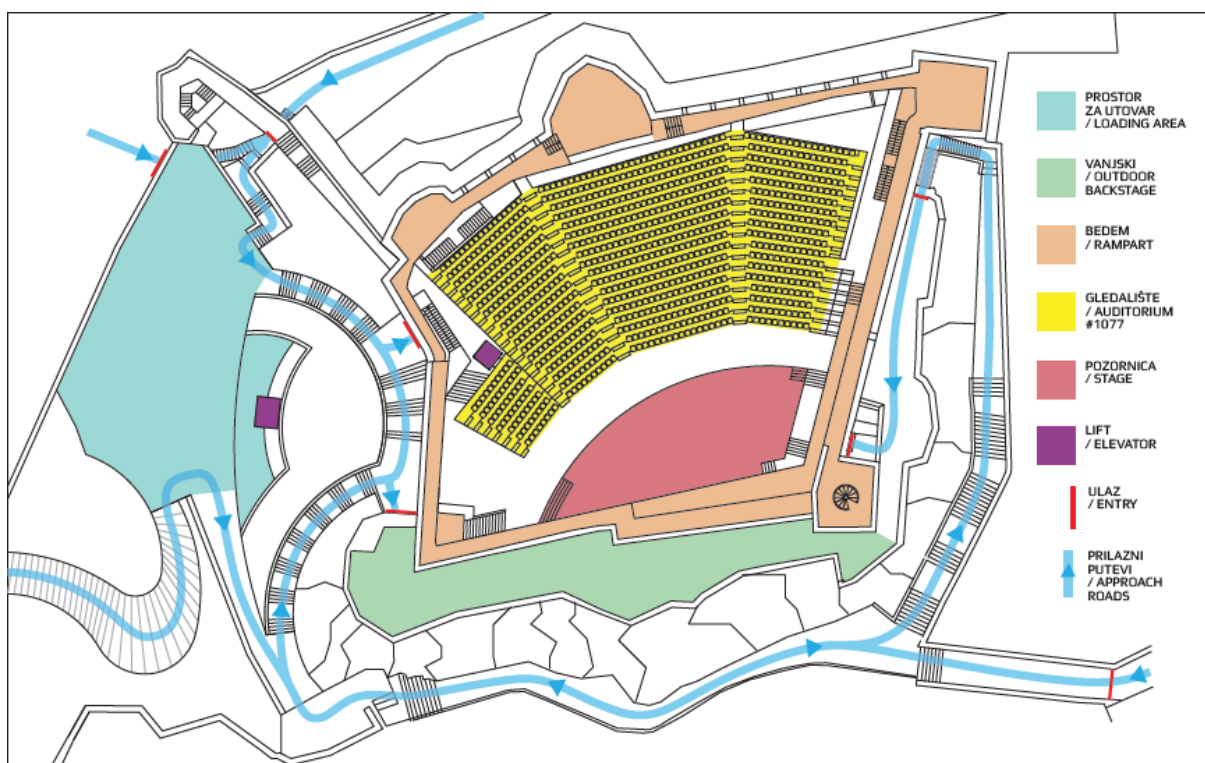
Ljetna pozornica dominira cijelim unutarnjim prostorom tvrđave i dobar dio popratnih prostorija u službi je svojevrstnih popratnih prostorija pozornice, u vidu garderobe za izvođače, prostora za tehničku podršku i ostalih nužnih elemenata za koncertnu lokaciju visoke kategorije.

U tu svrhu napravljene su i preinake u električnim instalacijama, kao i izgrađen kolni prilaz za veća vozila. Napravljena je i detaljna analiza podrumskih prostorija, koje se nalaze ispod pozornice, a koje su također zamišljene za izlaganje umjetničkih programa, ponajviše kroz muzejsko-galerijski postav kroz koji će posjetitelji moći steći uvid u konzervirane arheološke nalaze, lapidarij i dvije rekonstruirane cisterne.

Radovi su uključivali formiranje kompaktnog platoa unutar perimetralnih zidova i građenje amfiteatralnog gledališta orijentiranog prema pogledu na kanal, a ukupno je cijeli projekt

uključivao infrastrukturne radove na području od 2600 metara kvadratnih. Obnova je trajala od travnja 2012. godine do srpnja 2014. godine.

Sagrađena ljetna pozornica ima fiksni broj sjedalica, na tribinama koje su postavljene amfiteatralno oko prostora za izvođenje programa. Pozornica raspolaže sjedećim kapacitetom od 1184 mjesta, u što spada 1077 mjesta na tribinama, na fiksno montiranim sjedalicama te 107 mjesta na parteru, koja se dobiju postavljanjem privremenih sjedala. Maksimalni kapacitet gledatelja je 1680 mjesta.



Slika 7. Mapa preuređene tvrđave sv. Mihovila

Izvor: Tvrđava sv. Mihovila, URL: <http://svmihovil.sibenik.hr/upload/stranice/2015/04/2015-04-27/4/6stiliziranamapatvrave.pdf>

4.1.1. Ciljevi projekta

Projekt revitalizacije tvrđave Sv. Mihovila za opći cilj ima doprinos održivom gospodarskom razvoju Šibenika, županije i regije te poticanju zapošljavanja i razvoja malog i srednjeg poduzetništva temeljenog na razvoju i širenju ponude kulturnog turizma. Kao specifični cilj projekta navodi se obnova, uređenje i nadogradnja turističke infrastrukture u okviru tvrđave Sv. Mihovila kao nove turističke atrakcije i generatora inovativnih kulturno

umjetničkih, edukativnih i drugih zbivanja. (Integracija plana upravljanja kulturnim dobrima s projektom rekonstrukcije i afirmacije tvrđave Sv. Mihovila, 2012.) Također, tu je i rasterećenje trga između katedrale Sv. Jakova i Gradske vijećnice, koji je dosad bio središnji prostor za kulturno-koncertne manifestacije, no time se guši i opterećuje prostor atraktivan sam po sebi, koji je u ljetnim mjesecima često znao biti nepristupačan gostima zbog potreba koncerata i ostalih scenskih nastupa.

Ukratko rečeno, cilj je bio urediti potencijalnu buduću turističko-kulturnu atrakciju, a potom je afirmirati kao središnju točku za promicanje kulturnih vrijednosti Šibensko-kninske županije. U tu svrhu je planirano nekoliko aktivnosti:

- Obnavljanje turističke infrastrukture tvrđave Sv. Mihovila
- Provođenje aktivnosti Plana upravljanja kulturnim dobrima grada Šibenika i Šibensko-kninske županije
- Razvijanje tvrđave Sv. Mihovila kao novog i jedinstvenog brenda destinacije kulturnog turizma
- Educiranje i podržavanje predstavnika turističke industrije u pružanju proizvoda tvrđave Sv. Mihovila
- Funkcioniranje tvrđave Sv. Mihovila kao atrakcije kulturnog turizma i središnje referentne točke kulturnog turizma šibenske regije

U svrhu što boljeg ispunjenja ciljeva osnovana je i registrirana nova javna ustanova u vlasništvu Grada Šibenika za upravljanje i promoviranje Tvrđave i kulturnog turizma šireg područja. Temelj je to organizaciji promoviranja cjelovitog kulturno-turističkog proizvoda Šibensko-kninske županije. (Razvoj Brenda grada Šibenika kao prvorazredne destinacije kulturnog turizma, 2011.)

4.1.2. Trošak projekta

Projekt pod nazivom „Revitalizacija tvrđave Sv. Mihovila“ vrijedan je ukupno 1.666.388,90 eura, od čega je 60,01 posto sufinancirala Europska unija iz fonda IPA 2007-2009: Business-Related Infrastructure Grant Scheme. Na to otpada iznos od 999.999,98 eura, dok je preostalih 666.388,92 osigurano iz proračuna Grada Šibenika. Preračunavanjem u kune, korištenjem tečaja 7,5 kuna za jedan euro, dolazimo do neznatno manjeg iznosa od pet milijuna kuna, kojeg je uložio Grad Šibenik.

4.2. Projekt uređenja tvrđave Barone

Godine 2014. potpisan je ugovor o obnovi tvrđave Barone, nakon što je dovršena obnova tvrđave Sv. Mihovila. Projekt koji je prihvaćen napravljen je tijekom 2013. godine, a u njegovom tehničkom opisu stoji kako je „osnovna vizija ovog projekta restauracija, revitalizacija i održivo korištenje tvrđave kao i njene kulturno-turističke valorizacije.“

Nositelj projekta je grad Šibenik, vlasnik tvrđave koji ju je 2011. godine dao na upravljanje Društvu za očuvanje šibenske baštine Juraj Dalmatinac, koje je razvilo koncept za ovaj projekt u suradnji s gradom.

Njegov glavni cilj je „unaprjeđenje javne infrastrukture povezane s turizmom i korištenje usluga visoke tehnologije za promoviranje kulturnih atrakcija, ali i lokalnih davatelja usluga.“ (Studija izvedivosti i analiza troškova, rekonstrukcija tvrđave Barone, 2013.)

U projektu je navedena nekolicina detalja kojima će se dodati ideju, atrakciju i sadržaje tvrđavi i tako podignuti njenu turističku atraktivnost, odnosno učiniti je jednim od najjačih turističkih aduta grada Šibenika.



Slika 8. Animacija projekta uređenja tvrđave Barone

Izvor: Tvrđava Barone, URL: <http://www.barone.hr/clanci/gradu-sibeniku-ododbrena-eu-sredstva-za-tvr-avu-barone/15.html>

4.2.1. Urbanističko rješenje

Tvrđava Barone registrirana je kao kulturno dobro, te je zbog toga svaka građevinska intervencija na njoj iziskivala posebne uvjete Ministarstva kulture (Konzervatorski odjel u Šibeniku). Što se tiče Generalnog urbanističkog plana grada Šibenika, u njemu ne postoje posebni navodi i odredbe koje su se ticale građevinskih intervencija na ovoj tvrđavi, a još 2000. godine izrađen je Konzervatorski elaborat za tvrđavu Barone, autori su mr. sc. Josip Čuzela i dipl. ing. arh. Živana Stošić. Njime su zadane okvirne mogućnosti za građevinsku intervenciju te je tada navedeno sljedeće:

- Ne postoji trenutna namjena tvrđave Barone, odavno je izgubila svoju fortifikacijsku namjenu, s vremenom i ugostiteljsku, te je izložena kontinuiranom propadanju
- Zahvaljujući položaju i pogledu koji se s nje pruža na grad i kanal sv. Ante, funkcija vidikovca jedina je uistinu trajna namjena, no nije dostatna kako bi građevina opstala
- Moguća je uslužno-ugostiteljska namjena, eventualno i smještajnog sadržaja manjeg kapaciteta
- Izuzetno je važno da namjena koja će sa dati tvrđavi bude dostupna široj javnosti, a tradicijska namjena vidikovca treba se zadržati u kontekstu nove namjene

Također, analizirana je i maksimalna mogućnost izgradnje na platou tvrđave, te se navodi sljedeće:

- Moguća je izgradnja novog objekta na nižem platou, uz postojeći zid kojeg treba sanirati
- Maksimalna moguća visina građevine može biti P + 1 (prizemlje + jedan kat)
- Moguća je izgradnja podruma, odnosno ukopavanje u terenu

Navedeni objekt, navodi se, mora biti poštovati sljedeće smjernice:

- Mora biti sagrađen od materijala: drvo, kamen, staklo
- Arhitektura mora biti prilagođena zadanoj lokaciji
- Krov treba biti ravan

Zadane su i još neke smjernice:

- Zazidani nekadašnji ulaz na tvrđavu trebao bi biti glavni ulaz
- Recentni ulaz može biti korišten kao tehnološki ulaz
- Djelomično izgrađeno parkiralište na sjevernom dijelu, s vanjske strane tvrđave, može se koristiti kao parkiralište

Spomenuto parkiralište je i iskorišteno u obnovi tvrđave, ono trenutno raspolaže s 27 parkirnih mjesta.

4.2.2. Ciljevi projekta

Glavni cilj projekta je bio unapređenje javne infrastrukture povezane s turizmom i korištenje usluga visoke tehnologije za promoviranje kulturnih atrakcija, ali i lokalnih davatelja usluga. (Studija izvedivosti i analiza troškova, rekonstrukcija tvrđave Barone, 2013.)

Projektna aktivnost obnove je podijeljena u pet paketa, koji otkrivaju i neke od ciljeva projekta: (Studija izvedivosti i analiza troškova, rekonstrukcija tvrđave Barone, 2013.)

1. Obnova tvrđave, uređenje osnovne infrastrukture za planirane sadržaje
2. Instaliranje originalne platforme proširene stvarnosti i softvera na tvrđavi
3. Stvaranje temelja za uspješno vođenje tvrđave Barone i međunarodnu suradnju
4. Razvijanje turističkog paketa i edukacija lokalnog mikro, malog i srednjeg poduzetništva kako bi unaprijedili svoje proizvode i usluge
5. Razvoj i promocija marke tvrđave Barone kao originalne turističke destinacije u regiji

Navedeni su i specifični ciljevi projekta, a to je da popratni sadržaji prilikom obnove daju tvrđavi Barone status inovativne i jedinstvene regionalne kulturne atrakcije s podlogom za promoviranje lokalnog poduzetništva

4.2.3. Izvedena obnova

Stanje tvrđave prije obnove je, prema izvještaju koji se nalazi u projektu, bilo loše, prestankom njene izvorne funkcije počelo je njeno propadanje i urušavanje. Djelomično je obnovljena u suhozidu, dio kortine prema jugu, dok je izvorni ulaz u tvrđavu na zapadnoj strani

zazidan. Porušeni su i, primjerice, topovski otvori i grudobrani, kao i svi izvorni objekti koji su nekad na njoj postojali. Preostala je kamena zgrada koja je služila prvo kao meteorološka stanica, a zatim kao ugostiteljski objekt, ali je i ona bila devastirana.

Posebno je, dakle, istaknuto da u tom trenutku funkcija tvrđave Barone – nije postojala, nakon što je izgubila svoju fortifikacijsku namjenu, a potom i spomenutu meteorološku i ugostiteljsku.

Jednu od najvećih atrakcija nakon obnove, osim same monumentalnosti tvrđave i pogleda koji se s nje pruža, predstavlja tzv. Proširena stvarnost, s kojom su se oživjeli likovi i događaji iz prošlog vremena, točnije čuvena bitka protiv Turaka iz 1647. godine, uoči koje je i sagrađena tvrđava Barone. Prva je to primjena ove tehnologije u Hrvatskoj, nakon što je u svijetu već uvelike u praksi njeno korištenje u turističke svrhe.

Također, uz virtualnu/proširenu stvarnost, ugrađena je i virtualna šetnja s 3D likom Frane Divinića, poznatog hrvatskog povjesničara i književnika, koji donosi posjetiteljima detalje o tvrđavi.

U sjevernim kliještima tvrđave postavljene su replike topova unutar rekonstruiranih topničkih otvora, a uz ulazni portal na jugozapadnom dijelu tvrđave uređeno je edukativno dječje igralište, sa spravom za igru upečatljivog izgleda, u obliku broda, rađenog u drvu.

Dodatni sadržaj tvrđave predstavlja i amfiteatralna pozornica koja je postavljena na istočnoj strani tvrđave, gdje je iskorišten prirodan pad terena. Ona broji stotinjak sjedećih mjesta, namijenjenih kino projekcijama, intimnijim koncertima, predavanjima, čitanju poezije i sličnim aktivnostima.

Cijela tvrđava će biti prilagođena osobama sa smanjenom pokretljivošću, kako bi se mogli nesmetano kretati i koristiti sve sadržaje tvrđave, čiji središnji dio predstavlja ugostiteljsko-prodajni objekt. Za njega je odobrena dozvola za ugostiteljski sadržaj, a u funkciji je svojevrsnog gastro - kulturnog centra. Trenutno posluje kao kafić s ponudom hladnih plata od gastro sadržaja, svih sa proizvodima sa šibenskog područja, dok je u drugom dijelu objekta trgovina suvenirima čija se ponuda bazira na autohtonim proizvodima i originalnim suvenirima. Unutar tog objekta nalazi se ekran preko kojeg se također može saznati pregršt informacija o povijesti Šibenika i povijesti same tvrđave.

Izvan objekta postoji pripadajuća terasa, uz rub vanjskog zida koji je rekonstruiran i podignut na visinu koja jamči sigurnost. Objekt je ostakljen i zadržao je funkciju vidikovca, a služi i kao kongresna dvorana.

Spomenuto parkiralište je i iskorišteno u obnovi tvrđave, ono trenutno raspolaže s 27 parkirnih mjesta.

4.2.4. Aktivnosti u sklopu projekta

Planirano je nekoliko aktivnosti u sklopu projekta (Studija izvedivosti i analiza troškova, rekonstrukcija tvrđave Barone, 2013):

1. Upravljanje projektom
2. Obnova tvrđave Barone i instalacija osnovne infrastrukture za planirana sadržaje, kao i nabavka opreme potrebne za te sadržaje. U to spadaju rekonstrukcija tvrđave i nadzor nad radovima te nabava opreme za osnovne sadržaje, što su platforma za Proširenu stvarnost, dječje igralište, amfiteatar i gastro - kulturni centar
3. Visoko tehnološki uređaji instalirani na tvrđavi, u svrhu promicanja kulturnih i povijesnih atrakcija te lokalnih poduzeća. To obuhvaća prikupljanje povijesnog i kulturnog sadržaja i stvaranje dokumentarnog filma, razvoj platforme za Proširenu stvarnost i razvijanje pratećeg multimedijalnog sadržaja za podršku platformi Proširene stvarnost te gastro-kulturalnom centru i amfiteatru.
4. Stvaranje osnove za uspješno upravljanje tvrđavom i međunarodnu suradnju kroz obučavanje menadžerskog osoblja, organiziranje internacionalne mreže suradnje u području turizma i usluga te kroz poboljšanje i ponovno definiranje plana menadžmenta kulturne imovine Šibensko-kninske županije iz kuta tvrđave Barone kao regionalne turističko-kulturne atrakcije
5. Razvijanje turističkog paketa i osposobljavanje lokalnih malih i srednjih poduzeća za poboljšanje svojih proizvoda i usluga. Korištenje treninga po mjeri za lokalne poduzetnike, kreiranje sveobuhvatnog turističkog paketa, u što spada o obučavanje turističkih vodiča o novim mogućnostima turističke ponude uz inovativne sadržaje kao što je Proširena stvarnost

6. Razvijanje i promoviranje marke tvrđave Barone kroz izradu studije o turističkim potrebama, preferencijama i trendovima, stvaranja ekskluzivnog tehnološkog brenda za prezentaciju svih tradicionalnih gastronomskih i kulturalnih proizvoda te promociju projektnih rezultata na adekvatnim sajmovima

4.2.5. Trošak projekta

Ukupni trošak projekta je 1.413.067,00 eura, odnosno 10.677.904,00, kuna. Od toga je milijun eura osigurano od strane europskih fondova, točnije iz programa IPA IIIc, a preostali iznos je osigurao nositelj projekta zajedno sa svojim partnerima. Oduzimajući milijun eura bespovratnih sredstava iz europskih fondova, ulaganje Grada Šibenika s partnerima je 413.067,00 eura, što grubom konverzijom uz tečaj 7,5 dovodi do neznatno manjeg iznosa od 3,1 milijuna kuna.

Građevinski radovi projekta iznose 635.355,00 eura, oprema stoji 525.954,00 eura, a ostali troškovi su 247.758,00 eura.

Od iznosa koji otpada na oprema treba istaknuti čak 207.221,00 eura što otpada na samu Proširenu stvarnost, sam razvoj i održavanje tog sadržaja stoji 19.379,00 eura, a 60 specijalnih naočala koje su potrebne za korištenje Proširene stvarnosti dođu 112.500,00 eura. Ukupno je to 339.100,00 eura. ((Studija izvedivosti i analiza troškova, rekonstrukcija tvrđave Barone, 2013)

4.3. Projekt uređenja tvrđave sv. Ivan

Dvije godine nakon što je potpisan ugovor o obnovi tvrđave Barone, potpisan je i ugovor o obnovi tvrđave sv. Ivan (Tanaja). Za provedbu i ovog projekta odgovoran je Grad Šibenik, uz partnere koji će odraditi dio aktivnosti, a to su Hrvatsko narodno kazalište u Šibeniku, Muzej grada Šibenika, Turistička zajednica grada Šibenika i Veleučilište u Šibeniku. „Revitalizacija tvrđave sv. Ivan“ naziv je projekta koji obuhvaća integrirani program kojim će se obnoviti i

Plan je da se obnove sjeverna cjelina „Kliješta“ i južna cjelina „Zvijezda“. Tvrđava kao takva je pojedinačno zaštićeno kulturno dobro Republike Hrvatske, a njenom obnovom cilj je unaprjeđenje turističke i kulturne ponude grada dobivanjem još jedne kulturne turističke atrakcije. Veličina zatvorenog prostora je bruto površine 3.146,00 metara kvadratnih, dok je uključujući i uređenje okoliša i sanaciju okolnih bedema ukupna površina zahvata uređenja 18.567,00 kvadratnih metara.

This architectural site plan illustrates the layout of a large, 'K' shaped building complex. The plan is set against a background of topographic contour lines. The building's footprint is defined by a thick grey line, with internal walls and courtyards shown in white and green. The complex is divided into several numbered zones (1-16) and includes various features such as courtyards, parking areas, and a central circular structure. A north arrow is located in the upper left quadrant of the plan.

Izvor: TRIS, URL: <http://tris.com.hr/2016/07/sibeniku-41milijun-kuna-za-tvrđavu-sv-ivana/>

„Revitalizacija tvrđave Sv. Ivan“ kroz obnovu dvije cjeline te šibenske tvrđave usmjeren je ponajprije prema razvoju novih, selektivnih oblika turističke ponude Šibenika kroz razvoj

proizvoda i usluga povezanih s kulturnim i povijesnim nasljeđem Šibenika i pripadajućeg područja.

Obnova „Zvijezde“, južnog dijela tvrđave, uključuje obnovu zidina, uređenje pristupnog platoa, srednjeg platoa, platoa iznad cisterne i platoa vidikovca, uz uređenje glavnog ulaza u tvrđavu. Na tom dijelu tvrđave bit će uređeni i popratni sadržaji, a objekti će se opremiti u informativni centar, trgovinu suvenirima i ugostiteljski objekt.

Na drugom dijelu tvrđave, u području „Kliješta“, sjevernom dijelu, također će se obnoviti zidine, urediti plato te Edukativni kampus s pratećom infrastrukturom pod sjevernom plohom uz sjeverne zidine.

Na tvrđavi će se urediti i još nekoliko sadržaja, a dva će biti nositelji atraktivnosti ponude tvrđave Sv. Ivana. Jedan je gastro-vizualni koncept „Dinner and a show – Obsidio“, dok je drugi povijesni plato u nastavku „Kliješta“, na kojem će biti prezentiran način života i rada, spajanje umjetničkog i obrtničkog stvaralaštva iz 17. stoljeća, kad je i sagrađena ova tvrđava. Projekt uređenja tog platoa uključuje i postavljanje Turskog šatora – Yurta, u kojem će se posjetitelji moći upoznati s kulturom Otomanskog carstva.

Još jedna velika stavka u ponudi je Edukativni kampus, kao jedan vid specifične ponude koja će povezivati edukativno-znanstvene komponente turizma s kulturnom atrakcijom. U sklopu tog kampusa nalazit će se interaktivno opremljene učionice i prezentacijski prostori, koji će nuditi priliku provedbe raznih edukativnih sadržaja. Zamišljeno je da se na prostoru kampusa razvije stalni program prezentacije kulturne baštine Šibenika i okolnog područja, uz praktični edukativni dio. Također, nekolicina smještajnih kapaciteta u sklopu tvrđave omogućit će provedbu višednevnih aktivnosti.

U sklopu projekta uređenja tvrđave Sv. Ivana razvit će se i web platforma visitsibenik, koja će imati dva cilja, a to su predstavljanje kulturnih i prirodnih ljepota Šibenika i okolnog područja te promociju vezanih proizvoda i usluga malih i srednjih poduzetnika na jednom mjestu. (Revitalizacija tvrđave sv. Ivan, idejni projekt, 2014.)

Osnovat će se i Ustanova za upravljanje fortifikacijskim sustavom, kao i imenovati Kulturno-turistički savjet, koji će za svrhu imati bolju usklađenost programa i aktivnosti ključnih institucija u upravljanju ponudom.

4.3.2. Trošak projekta

Ukupan trošak projekta, odnosno vrijednost investicije je 50.014.742,95 kn, a kako će se projekt raditi kroz 36 mjeseci, od druge polovice 2016. godine do druge polovice 2019. godine, toj dinamici su prilagođeni i izvori financiranja.

Ukupno 85 posto sredstava za ovaj projekt bit će EU sredstva, od strane fondova Europske Unije. Riječ je o iznosu od 42.512.531,15 kn, dok će preostalih 15 posto u iznosu od 7.502.211,44 pokriti Grad Šibenik iz proračuna. Navedeni iznos raspoređen je po kalendarskim godinama, za 2016. riječ je o planiranom trošku od 12.503.685,74 kn, za 2017. o iznosu od 25.007.371,48, a za 2018. o iznosu od 12.503.685,73 kn. (Revitalizacija tvrđave sv. Ivan, idejni projekt, 2014.)

5. Uspješne prakse upravljanja kulturnim vrijednostima u inozemstvu i Hrvatskoj

U svrhu analiziranja učinka projekata uređenja šibenskih tvrđava, s naglaskom na analizu tvrđave Sv. Mihovila potrebno je steći uvid u neke uspješne primjere upravljanja kulturnim atrakcijama, i na području Hrvatske i u inozemstvu. Pritom je teško naići na identičan primjer i kao takav idealan za usporedbu jer su svi na neki način proizvod specifičnog kulturnog, društvenog, poslovnog i ekonomskog okruženja.

Svi primjeri su barem donekle kompatibilni s resursima šibenskih tvrđava, a kvaliteta obrađene atrakcije je službeno verificirana i bila je predmet studije slučaja ili je šire analizirana u znanstvenim časopisima. Za primjer su uzeti grad Solin, grad Trogir, grad Avila u Španjolskoj, utvrđeno srednjovjekovno selo Sveti Stjepan Sasonski u Italiji i tvrđava Citadela Spandau u Njemačkoj.

5.1. Grad Solin

Solin je antički grad na mjestu nekadašnje Salone i jedan je od hrvatskih primjera dobrog upravljanja kulturno-turističkom ponudom grada. S obzirom na svoju antičku prošlost, na svom području nudi nekolicinu građevina iz tog područja, što su istočna gradska vrata, odnosno tzv. Porta Caesarea, teatar, forum, terme i amfiteatar izgrađen u drugom stoljeću. Tu su i neke kršćanske građevine poput Manastrine Kapljuč i Marusinac, Episkopalni centar, bazilike i samostani Rižnice i Crkvina.

Brojni kulturni lokaliteti daju vrijednost ovom gradu, a ona je dodatno podignuta i bogatim programom kulturnog ljeta s nekolicinom kulturnih manifestacija od kojih je nekoliko i međunarodnog karaktera. Neki od primjera su Ethno ambient festival i Međunarodni festival karikatura, gastronomska manifestacija Iz solinskog lonca, Festival turističkog filma i još neke. Također, Turistička zajednica Grada Solina zajedno s Umjetničkom akademijom u Splitu organizira i edukativne manifestacije. To je radionica antičkih mozaika te izvedba Euripidove

drame Trojanke, a obje se održavaju u vrtu Tusculuma, u sklopu arheološkog kompleksa Salone.

Sve navedeno treba gledati kroz prizmu činjenice da je Solin grad dvostruko manji od, primjerice, Šibenika i da broji oko 20 tisuća stanovnika. Također, kulturno-turističku ponudu grada prate i adekvatni smještajni kapaciteti, uključujući i Hotel President s pet zvjezdica.

Što se, pak, tiče razvijanja kulturnog programa u samom gradu, u Solinu je taj segment uređen tako da je za to zadužen Dom kulture Zvonimir, osnovan 1991. godine, koji trenutno broji dvadesetak zaposlenika. U tom segmentu veliku ulogu ima i Turistička zajednica grada Solina, no takve aktivnosti u svim gradovima dijelom spadaju pod domenu turističkih zajednica. Zajednički se bave pripremom i organizacijom kulturnih priredbi, izdavačkom djelatnošću, izradom autentičnih suvenira, koordiniranjem i poticanjem kulturnih priredbi općenito, održavanjem i revitalizacijom kulturno-povijesnih spomenika i lokaliteta i njihovim uključivanjem u turističku ponudu grada, u svrhu njenog obogaćivanja. (Studija najboljih praksi u upravljanju kulturnim vrijednostima u inozemstvu i Hrvatskoj, 2011.)

Iz svega navedenog, može se zaključiti da Grad Solin na adekvatan i uspješan način upravlja svojom turističko-kulturnom ponudom na temelju bogate arheološke baštine iz antičkih vremena. S nekolicinom projekata financiranih od strane Ministarstva kulture revitaliziraju se i čuvaju spomenici i adekvatnim kulturnim programom daje im se na atraktivnosti, odnosno do njih se dovodi veći broj gostiju. Grad Solin, i sam arheološki spomenik kulture rimskog doba, tako je jedan od odličnih primjera gradova koji su na kulturnom turizmu izgradili svoju turističku strategiju, što je važno sagledati i za usporedbu sa Šibenikom.

5.2. Grad Trogir

Trogir je još jedan od gradova s bogatom kulturnom baštinom, s oko 13 tisuća stanovnika. Smješten je blizu Splita, a od 1997. godine njegova stara gradska jezgra je na UNESCO-ovom popisu Svjetske baštine.

Ta stara gradska jezgra formirana je između 13. i 15. stoljeća unutar obrambenih bedema, a Venecija ju je u 15. stoljeću obnovila. Dvije prepoznatljive građevine trogirske stare gradske

jezgre su Tvrđava Kamerlengo i Kula Sv. Marka. Tu su još i poznata renesansna vrata iz 17. stoljeća, na ulazu u stari dio grada, kao i katedrala Sv. Lovre, građena u istom period kad je nastao trogirski stari grad. Katedrala je posebno bitna zbog srednjovjekovnog portala koji je krasi, a koji je djelo Majstora Radovana iz 1240. godine. Taj portal je najznačajniji srednjovjekovni portal u ovom dijelu Europe te je skupa s katedralom posebno zaštićen od strane UNESCO-a, a unutar nje nalazi se i kapela Svetog Ivana Trogiranina, također prepoznatljiv i značajan srednjoeuropski spomenik na razini Europe.

U samom gradu je još nekoliko kulturno značajnih manjih spomenika i crkvi, kao što su crkva Sv. Petra i crkva Sv. Barbare, a od kulturnih institucija vrijedi izdvojiti Muzej Grada Trogira, koji između ostalog sadrži biblioteku obitelji Garagnin-Fanfogna, lapidarij i galeriju slika poznate hrvatske slikarice Cate Dujšin-Ribar. (Studija najboljih praksi u upravljanju kulturnim vrijednostima u inozemstvu i Hrvatskoj, 2011.)

Iz navedenog se vidi da je Trogir kulturno jako atraktivan grad, a ponudu nadograđuje festivalima i događajima iz domene kulturnog turizma. Neki od primjera su Fort Beats, međunarodni koncert u kuli Kamerlengo tijekom kolovoza, Kairos – festival sretnog trenutka, koji uključuje arheološke radionice, antički sajam i drugo, Jadranstar – međunarodni festival pjesme i plesa, Srednjovjekovni sajam te sajam „Vridne ruke obale, zagore i škoja“.

U Gradu Trogiru je za financiranje djelatnosti kao što su programi turističke promidžbe grada, kulturno-umjetnički programi, akcije i manifestacije zadužen Upravi odjel za gospodarstvo, turizam i društvene djelatnosti, dok se poticanjem i organiziranjem spomenutih kulturno-turističkih manifestacija bavi Turistička zajednica grada Trogira.

Trogirskoj turističkoj strategiji, uvelike temeljenoj na kulturi, u prilog idu statistički podaci, odnosno pregled dolazaka turista od 2010. naovamo. Gledajući ukupan broj dolazaka turista, broj se od 2010. godine do dosad rekordne 2014. godine, povećao za skoro 60 posto, a posebice je impresivan kad se uzme u obzir populacija Trogira, od oko 13 tisuća stanovnika.

U kontekstu usporedbe sa Šibenikom, Trogir možemo sagledati kao grad sličnog položaja, sličnih kulturnih bogatstava, kao i slične orijentacije na festivalski turizam te kulturni turizam u bližoj prošlosti i sadašnjosti. Trogir, kao i Solin, treba sagledavati i u svjetlu činjenice mogućeg „vala“ kulturnog turizma kojem se Šibenik samo treba priključiti, ako područje srednje Dalmacije sagledavamo kao prostor izuzetnih kulturnih atrakcija na relativno malom prostoru, koji može zajedničkom pričom privlačiti strane goste.

Godina	Domaći turisti	Strani turisti	Ukupno
2010.	2804	55283	58087
2011.	2986	60688	63674
2012.	3509	61161	64670
2013.	3371	74033	77404
2014.	3949	93898	97847
2015.	3934	85818	89752

Tablica 2. Prikaz dolazaka stranih i domaćih turista na području grada Trogira

Izvor: Ministarstvo turizma Republike Hrvatske

5.3. Grad Avila (Španjolska)

Avila je španjolski grad koji je odličan primjer uspješnog upotrebljavanja svojih kulturnih resursa u svrhu razvoja prepoznatljivosti destinacije kao temelja turističke konkurentnosti.

Grad je smješten u središnjem dijelu španjolske, u istoimenoj provinciji unutar pokrajine Kastilje i Leona. Udaljen je od Madrida 120 kilometara, a broji oko 59 tisuća stanovnika. Od 1985. grad je smješten na UNESCO-ov popis kulturne baštine.

Prepoznatljiv je po svojim Srednjevjekovnim zidinama, koje su, kao i veći dio današnjeg izgleda Avile, rezultat djelovanja Rimljana, koji su naseljavali ovo područje. Zidine su sagrađene oko 1090. godine, od smeđeg su granita i sastoje se od 88 kula i devet ulaza te se zahvaljujući ulaganju u njihovo očuvanje nalaze u odličnom stanju i danas. Unutar zidina nalazi se gotička katedrala koja svojim masivnim izgledom odaje dojam utvrde, a od atraktivnijih spomenika tu su još maurski dvorac, romaničke i renesansne crkve, kao i gotički samostan Sv. Tome te samostan bosonogih karmelićanki. U tom samostanu živjela je i zaštitnica Španjolske Terezija Avilska.

Kod analiziranja Avile treba spomenuti strateški dokument na razini Španjolske, koji je donesen 1999. godine, nazvan „Plan de excelencia“, a riječ je o strateškom nacionalnom dokumentu razvoja konkurentnosti turizma. Tu strategiju Avila je provela putem kolektivnog sporazuma Ministarstva gospodarstva i regije Castilla y Leon te Općine Avila. U skladu s nacionalnom strategijom, stvorena je lokalna strategija razvoja kulturnog turizma pod nazivom

„Cultural Offer Quality Monitoring and Informed Long Term Strategic Planning“ (Praćenje kvalitete kulturne ponude i informirano dugoročno planiranje).

Tri su osnovna cilja koja se tom strategijom nastoje ostvariti:

1. Povećanje broja noćenja turista u gradu, što je naglašeno jer su istraživanja pokazala da se većina turista zadržava u gradu samo jedan dan
2. Poboljšanje turističke ponude na razini grada, kroz poboljšanje strukture, promocije i raznolikosti turističke ponude
3. Pozicioniranje Avile kao turističke destinacije, na razini Španjolske, ali i šire

Navedeni ciljevi planirali su se ostvariti kroz sljedeće aktivnosti:

- a. Poboljšanje života grada
- b. Strukturiranje turističke ponude
- c. Obuka ljudskih resursa
- d. Marketing
- e. Komunikacijski plan

Što se tiče konkretnih mjera kojim je planirano ispuniti ciljeve, temelj je bio u dodatnom ulaganju u restauraciju starih građevina, čime je grad postao boljim za život. Stara crkva San Francisco je, primjerice, pretvorena u Općinsku koncertnu dvoranu, obnovljene su ulice, javni prostori i fasade na zgradama te osvijetljene važnije kulturne građevine u gradu. Obnovljeno je ovom prilikom nekoliko kilometara zidina, a njima se nova atraktivnost udahnula organiziranjem manifestacije „Kazalište na zidinama“. Otvoreni su novi tematski kulturni centri po gradu, uložilo se u infrastrukturu poput putokaza te otvorilo Recepciju za posjetitelje.

Inicirano je povezivanje hotelijera i ostalih pružatelja smještajnih usluga s kulturnim institucijama pa su razvijene zajedničke ponude koje su uključivale smještaj i organizirane izlete, a potaknut je i razvoj niza novih turističkih manifestacija poput jedne inačice Srednjovjekovnog sajma, gastronomskog sajma „Avila en tapas“ te festivala posvećenom mističnim fenomenima „Ronda de Leyendas“. (Studija najboljih praksi u upravljanju kulturnim vrijednostima u inozemstvu i Hrvatskoj, 2011.)

Veliki korak napravljen je i donošenjem odluke o oslobađanju plaćanja ulaznica za sve događaje koje organizira Grad, dok je komunikacijski i marketinški dio plana ispunjen razvijanjem turističke web stranice, stvaranjem foto arhiva, organiziranjem reklamnih kampanja, održavanjem seminara i sličnim aktivnostima.

U ovom slučaju možemo istaknuti Avilu kao dobar primjer upravljanja kulturnim resursima u turističke svrhe, kroz ulaganje u obnovu stare gradske jezgre i kulturnih spomenika, osmišljenog ulaganja u razvoj turističke ponude grada i promociju te ponude, kao i podršku u organizacija kulturno-turističkih manifestacija. Posebno je zanimljivo vidjeti primjer prenamjene sakralnih građevina u prostor za održavanje kulturnih događanja, na tragu čega je i šibenska tvrđava Sv. Mihovila.

5.4. Sveti Stjepan Sasonski (Italija)

Sveti Stjepan Sasonski je selo u Italiji. Riječ je o utvrđenom srednjevjekovnom selu na vrhu brda, okruženog nižim planinama što mu daje posebnu atmosferu. Nalazi se unutar Nacionalnog parka Gran Sassa i planine Laga u najvišoj regiji Apeninskog poluotoka, Abruzzo.

Najveći dio građevina ovog sela sagrađen je između 11. i 15. stoljeća, a od 1569. do 1743. ovaj prostor bio je u vlasništvu obitelji Medici, što je imalo snažan gospodarski utjecaj na selo.

Što se tiče vizure sela, njome je dominirao Toranj obitelji Medici u njegovom centru, no on je uništen 2009. godine u velikom potresu koji je pogodio tu talijansku regiju. Od znamenitih građevina preostali su Kraljeva kuća (Casa del Cavaliere), crkva s kipom Djevice Marije u boji terakote te crkva Madonna od milosti (Madonna delle Grazie).

Ono što karakterizira ovo selo je proizvodnja leće pa se tome u čast svake godine održava čuveni Festival leća (Sagra Della Lenticchia), jako dobro posjećen, a vezana uz proizvodnju leće je i manifestacija „Cvijet za bika“ (Un Fiore Per La Torre). Vrijedi spomenuti još i poznati festival „Tango dream“.

Najvažniji razlog zašto se spominje Sveti Stjepan Sasonski u kontekstu ovog rada je projekt Valorizacije malih povijesnih sela, koji se bavi očuvanjem kulturne baštine sela, a za cilj ima njihovu turističku valorizaciju te vraćanje života u sela. Taj projekt na primjeru Svetog Stjepana Sasonskog možemo istaknuti kao dobar primjer povezivanja javnog i privatnog sektora jer su donirana investicijska sredstva za obnovu sela došla od strane banaka i sličnih fondacija, poput Banke di Credito Cooperativo, zatim fondacije Micron, Institura Caporale, fondacije Cassa di Risparmio i Gospodarske komore L'Aquille. Tehnički sponzori bili su Arterija-instalacija umjetničkih objekata, grupa Spee, Sandritana Viaggi, Kazalište Stabile iz Abruzzo i Sextantio

S.p.A., dok su pokrovitelji bili i Grad Firenca, Ministarstvo upravljanja kulturnom baštinom i kulturnim aktivnostima te Ministarstvo turizma.

Kroz ovaj projekt potaknut je razvoj održivog turizma, primjerice kroz razvoj dućana koji su prilagođeni djelatnostima ove lokacije povezanim s razvojem tradicionalne sassonske kuhinje, domaćim obrtništvo te lancem proizvodnje vune, također karakterističnim za ovo područje. Uz to obnovljeni su i na bolji način prezentirani postojeći kulturni spomenici, povezani s postojećim kulturno-turističkim manifestacijama, a i znatno je povećan broj smještajnih kapaciteta u samom selu. Otvoreno je desetak dućana i došlo se do brojke od preko 200 soba u centru sela, čime je stvoren i čitan niz novih radnih mjesta za lokalno stanovništvo. To je išlo u prilog samoodrživosti ovakvog tipa turizma, ali i povećanju broja lokalnog stanovništva u selu, što je također bio jedan od ciljeva. (Studija najboljih praksi u upravljanju kulturnim vrijednostima u inozemstvu i Hrvatskoj, 2011.)

Kao potvrda dobro učinjenog posla, stiglo je i uvrštavanje u mrežu Najljepših sela Italije (I Borghi piz Belli d'Italia). Sve navedeno dobar je primjer suradnje privatnog i javnog sektora, razvoju samog sela paralelno s razvojem turističke ponude, uz koju se očuvala izvornost sela i promicala njegova tradicija te je zabilježen porast broja lokalnog stanovništva i radnih mjesta za lokalno stanovništvo. Sve to je i dio problematike s kojom se bavi i Šibenik, jer jedan od ciljeva upravljanja baštinom i razvoja kulturnog turizma je, uz prihod, i otvaranje radnih mjesta te sprječavanje odljeva stanovništva kroz pružanje perspektivnih karijera mladim ljudima.

5.5. Citadela Spandau u Berlinu (Njemačka)

Odličan primjer uvelike slične kulturne građevine kao tvrđava Sv. Mihovila je Citadela Spandau u Berlinu. Riječ je o tvrđavi iz 16. stoljeća kojoj je funkcija prilikom gradnje bila obrana Brandenburga. Smatra se najbolje očuvanom renesansnom tvrđavom u sjevernom dijelu Europe, a unutrašnjost joj krasi poznati Julijev toranj sagrađen još u 12. stoljeću. Namjena joj je gotovo isključivo u kulturne svrhe, uređena je kao muzej i nudi bogat kulturni sadržaj kroz brojne izložbe i koncerte te je najposjećeniji kulturni centar u Berlinu.

Unutar Citadele niz je građevina čija je ondašnja namjena bila smještaj stanovnika ili su bile skladišni prostor, a danas imaju različite kulturno-zabavne sadržaje, od koncerata koji se u njima održavaju do prostorija za drugu namjenu.

Jedan dio, doduše, u sjevernom dijelu Citadele, može se posjetiti samo u dijelu godine zbog postojanja zaštićenih područja hibernacije šišmiša, dok je jedan dio dostupan samo brodom pa daje dodatnu atraktivnost ovom lokalitetu.

Što se tiče upravljanja Citadelom, ona je u vlasništvu općine Spandau, koja je pod Berlinom, a temelj je turističke ponude cijele općine Spandau, koja se promovira kao „Grad-citadela“.

Sama Citadela tek u posljednje vrijeme ispunjava velik dio svog turističko-kulturnog potencijala, nakon što je poslije Drugog svjetskog rata otvorena za civilno stanovništvo, a u počecima turizma u njoj bila je tek djelomično otvorena za posjetitelje. Zaokret je nastao nakon ujedinjenja Njemačke, nakon kojeg se krenulo u njeno što bolje iskorištavanje, prvenstveno kroz obnovu tvrđave. Rekonstrukciju i održavanje financijski su podržali država i grad Berlin i omogućili atraktivnu ponudu za posjetitelje. (Studija najboljih praksi u upravljanju kulturnim vrijednostima u inozemstvu i Hrvatskoj, 2011.)

U nju spada nekoliko izložbenih prostora s redovitim postavima, nekoliko koncertnih prostora, a središnje veliko dvorište služi kao prostor za održavanje manifestacija kao što je Srednjovjekovni festival te koncerti vrhunskih svjetskih glazbenika. Tu se održava i Citadel Spandau Music Festival, a tijekom godina tu su nastupili velikani kao što su Bob Dylan, Lou Reed, Norah Jones, Nigel Kennedy i ostali. Veliki koncertni prostor može primiti do deset tisuća posjetitelja, a samo tijekom 2016. godine nastupilo je nekoliko velikih imena, redom Lionel Richie, Roxette i Massive Attack.

Na toj lokaciji održava se i Srednjovjekovni party, Svjetlosni party, a organizira se i doček Nove Godine. Također, tu je još jedan, intimniji, ali možda i atraktivniji koncertni prostor, tzv. Gotički hodnik, primjer za održavanje koncerata klasične i slične glazbe, također visoke klase.

Nekoliko izložbenih prostora stalno je ispunjeno izlozbama, a svake godine sprema se jedna velika centralna izložba, poput ovogodišnje posvećene spomenicima Berlina.

Sa svim navedenim, Citadela se može smatrati najslikovitijim primjerom za usporedbu s tvrđavom Sv. Mihovila, iz razloga što je riječ o srednjovjekovnoj tvrđavi pretvorenoj u muzejski i koncertni prostor, što je slučaj i sa šibenskom tvrđavom, s tom razlikom što je berlinska tvrđava veća u svom opsegu. Može se smatrati klasičnim primjerom kako se preuređenjem i prenamjenom prostorija u muzejske i koncertne, muzejskom promocijom i bogatom koncertnom ponudom visoke svjetske klase može postati nositelj turizma šireg područja.

6. Analiza i projekcija programskih mogućnosti tvrđave Sv. Mihovila

Tvrđava Sv. Mihovila otvorena je 2014. godine, ali ne u punom obujmu jer je nedostatak sredstava priječio da se svi resursi već u prvoj godini stave u funkciju, odnosno svake godine su dodavani poneki novi sadržaji predviđeni po idejnom projektu. Sami kapaciteti tvrđave Sv. Mihovila pružali su mogućnost za diverzifikaciju programa i resursa (Plan razvoja programa tvrđave Sv. Mihovila, 2014.).

Što se tiče administrativnog dijela, tvrđava sv. Mihovila je od svog osnutka djelovala kao odjel u sklopu Muzeja grada Šibenika, dok je tijekom 2016. godine osnovana javna ustanova Tvrđave kulture Šibenik, koja ima ingerenciju nad tvrđavom sv. Mihovila te nad novouređenom tvrđavom Barone, kao što bi u budućnosti trebala imati i nad tvrđavom sv. Ivan, kad se ona u potpunosti obnovi.

6.1. SWOT analiza pozornice tvrđave Sv. Mihovila

Uvrštavajući značajke programa tvrđave Sv. Mihovila u SWOT analizu možemo iznijeti sljedeće:

a) Snage

- Jedinstvena ponuda na lokaciji županije i cijele regije, uključujući i ponudu jedinstvenog koncertnog prostora, atraktivnog i na kontinentalnoj razini
- Kvalitetni tehnički uvjeti za organizaciju i produkciju vlastitih programa
- Zadržavanje prihoda od karata
- Adekvatan kadar angažiran za poslove kulturnog menadžmenta i produkciju
- Programski plan izrađen od strane stručnjaka, postavljen okvir razvoja programa
- Diverzifikacija programa prema pojedinim kapacitetima

b) Slabosti

- Fiksno gledalište u sklopu pozornice, postavljene tribine ograničavaju multifunkcionalnost prostora
- Podložnost vremenskim uvjetima zbog činjenice da je riječ o otvorenoj pozornici bez krova
- Neuhodanost kadra u novu programsku shemu
- Nepostojanje kanala komunikacije prema ciljnim skupinama korisnika
- Nepostojanje marketinškog plana i komunikacijske strategije kao ni podataka koji mogu poslužiti kao temelj izrade takve strategije i plana
- Nepostojanje jasnog umjetničkog koncepta
- Prostorno ograničenje pozornice u smislu veličine glazbeno-scenske produkcije

c) Prilike

- Nova pozornica, nova atrakcija u regiji
- Mogućnost eksperimentiranja i inovacija s nekoliko umjetničkih smjerova i programa
- Internacionalizacija programa
- Uključivanje lokalnih kulturnih djelatnika u veće kulturne projekte
- Dijeljenje resursa s drugim projektima u sklopu kulturnog turizma i kulturnog poduzetništva
- Postavljanje novih trendova u kulturnom turizmu za područje cijele regije
- Prilika za nove suradnje, u Hrvatskoj i inozemstvu
- Razvijen civilni sektor u području zaštite i korištenja kulturne baštine, ponajprije kroz Društvo za očuvanje šibenske baštine Juraj Dalmatinac

d) Prijetnje

- Nužnost uključivanja na postojeću, neistraženu scenu
- Prepreke u suradnji s lokalnim dionicima, uspostavljanje novih kontakata i odnosa
- Vremenski uvjeti, prijetnje otkazivanja programa
- Velika očekivanja javnosti s obzirom na velike najave, velika ulaganja i atraktivnost lokacije
- Mogućnost lutanja u izboru programa, izbor neadekvatnih i nekvalitetnih programa

- Nedostatak internacionalizacije i inovacije može dovesti do prevelikog udjela lokalnog programa u ukupnom programu
- Nemogućnost inovacije zbog potreba za komercijalizacijom programa
- Orijentiranje samo na mjerljive rezultate

6.2. Analiza programskog sadržaja i popunjenosti tvrđave Sv. Mihovila

Tvrđva Sv. Mihovila otvorena je za posjetitelje 2014. godine, uoči turističke sezone, odnosno u lipnju. Tijekom tri dosadašnje programske sezone, 2014., 2015. i 2016. godine na tvrđavi je održano niz koncerata, kulturnih i zabavnih događanja u periodu od svibnja do listopada.

Prve sezone, 2014. godine, tvrđava je programski otvorena 7. lipnja, dok je zadnji program te sezone bio 29. rujna. Sljedeće godine, 2015., prvi program na tvrđavi Sv. Mihovila bio je 17. svibnja, dok je „zatvaranje“ pozornice bilo 10. listopada. Tijekom 2016. godine prvi program bio je 15. lipnja, mada je prvi program što se tiče ljetne pozornice bio 24. lipnja, dok je posljednji program te sezone održan ponovno 29. rujna.

Iz ovih podataka razvidno je kako je, grubo gledajući, treće godine postojanja tvrđave Sv. Mihovila u ovom programskog obliku programska sezona trajala najkraće (24. lipnja do 29. rujna), dok je najduža bila tijekom druge sezone (17. svibnja do 10. listopada).

Tijekom 2014. godine bilo je ukupno 15 događanja koji su se protezali na 17 dana programa, godinu kasnije brojka je narasla na 21 događanje i ukupno 28 dana programa, dok je 2016. godine riječ bila o padu, na 19 događanja i 21 dan programa.

6.2.1. Sezona 2014.

Sezona, pa i tvrđava, otvorena je svečanim otvorenjem ljetne pozornice 7. lipnja 2014. godine, a tijekom tog ljeta Šibenik je na pozornici tvrđave Sv. Mihovila ugostio „najjača“ imena u kulturno-zabavnom svijetu. Treba izdvojiti četiri programa u kategoriju svjetskih klasa (A

klasa u kontekstu ovog rada), odnosno programa inozemnog karaktera koji su imali odjeka i privlačili posjetitelje i izvan kruga Šibenika i Šibensko-kninske županije. Tu spadaju 2Cellos, Thievery Corporation, dva koncerta The Nationala te Nouvelle Vague. U kategoriju ispod po atraktivnosti, ali s obzirom na kontekst izuzetno atraktivnim se može okarakterizirati zajednički nastup Arsena, Gabi i Matije i Dedića, pogotovo u svjetlu toga što se pokazalo kako je to bio posljednji Arsenov nastup u rodnom Šibeniku, baš za dan Grada Šibenika, 29. rujna 2014. godine.

Nešto slabije atraktivnosti (B klasa), iako je riječ o vrlo kvalitetnim programima domaćeg podrijetla, bili su nastupi ŠPD Kola i Simfonijskog orkestra oružanih snaga RH, Natali Dizdar, Ansambla Lado i gostovanje HNK-a Split s baletom Bolerom i Carmen, kao i otvaranje pozornice koje je uključivalo nastupe Josipe Lisac i Maksima Mrvice.

PREGLED DOGAĐANJA NA TVRĐAVI SV. MIHOVILA U SEZONI 2014.	
<i>Događanje:</i>	<i>cijena ulaznice (HRK)</i>
Svečano otvaranje ljetne pozornice	0,00 kn
ŠPD Kolo i Simfonijski orkestar oružanih snaga RH	100,00 kn
Terraneo SummerBreak Festival: Thievery Corporation	200,00/220,00 kn
3 radionice u sklopu Međunarodnog dječjeg festivala	0,00 kn
Predstavljanje kataloga "Neodoljiva Hrvatska"	0,00 kn
Terraneo SummerBreak Festival: 2Cellos	190,00 /200,00 kn
HNK Split: Balero/Carmen	130,00 kn
Ansambl Lado	120,00 kn
SuperUho: The National	220,00/250,00 kn
SuperUho: The National	220,00/250,00 kn
Terraneo SummerBreak Festival: Nouvelle Vague	150,00/180,00 kn
23. obljetnica Spomendana Rujanskog rata	0,00 kn
Natali Dizdar	60,00/80,00/100,00 kn
Svečano otvaranje 10. sajma u srednjovjekovnom Šibeniku	0,00 kn
Arsen, Gabi i Matija Dedić	50,00/100,00/150,00 kn

Tablica 3. Pregled događanja na tvrđavi sv. Mihovila tijekom 2014. godine

Izvor: Tvrđava sv. Mihovila

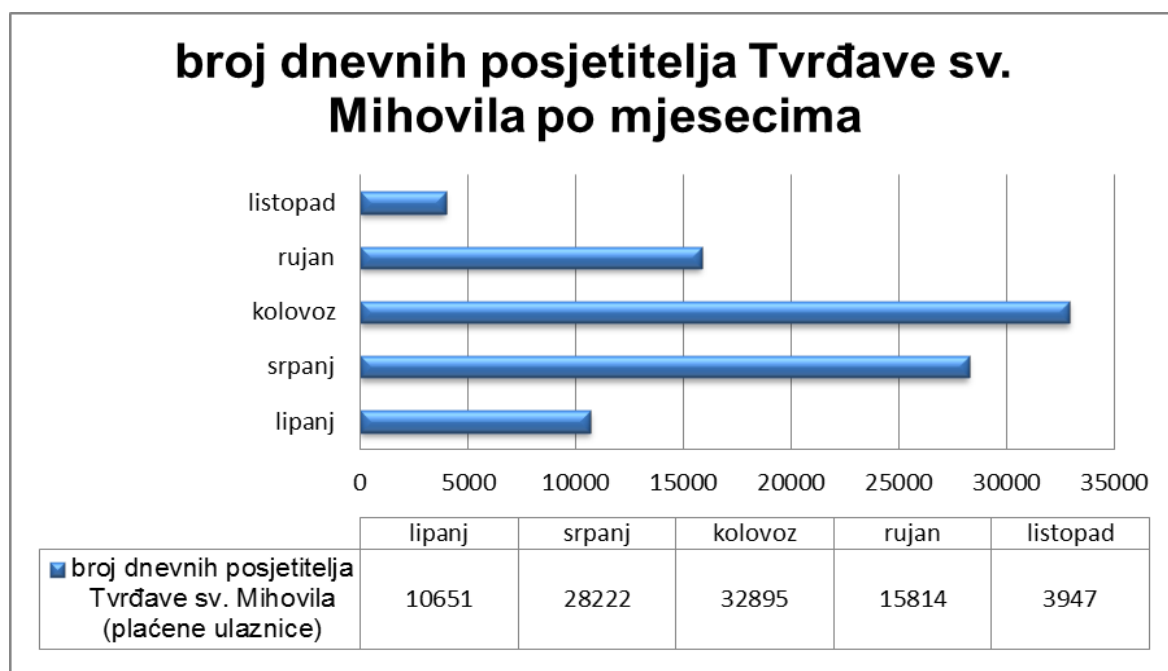
Tijekom uvodne sezone, prema neslužbenim statistikama, od otvorenja u lipnju, tvrđavu sv. Mihovila posjetilo je oko 115 tisuća ljudi, zbrajajući ukupno dnevne i večernje posjete za vrijeme nekog od programa. Što se tiče samo posjetitelja van programskih događanja, riječ je o 99734 posjete.

EVIDENCIJE POSJETA NA TVRĐAVI SV. MIHOVILA 2014.		
<i>razdoblje:</i>	<i>cijena karte (HRK)</i>	<i>07.06. – 31. 12.2014.</i>
Odrasli	35,00 kn	68.554
Djeca i studenti	20,00 kn	22.587
Grupe odrasli	25,00 kn	1.263
Grupe djeca i studenti	15,00 kn	633
Slobodan ulaz (dani otvorenih vrata)	0,00 kn	7.254
Članovi kluba prijatelja Tvrđave sv. Mihovila	50,00 kn	76
UKUPAN BROJ POSJETITELJA:		99.734

Tablica 4. Evidencija posjeta na tvrđavi sv. Mihovila tijekom 2014. godine

Izvor: Tvrđava sv. Mihovila

Logično, najveći broj posjeta bio je tijekom kolovoza te zatim srpnja, ali je zanimljivo da je veći broj posjeta ostvaren u rujnu, u postsezoni nego tijekom lipnja u predsezoni, kad je tvrđava tek otvorena. Tijekom prve sezone nije bilo najmovi tvrđave za privatna ili poslovna događanja zatvorena za javnost.



Slika 10. Broj dnevnih posjetitelja tvrđave sv. Mihovila po mjesecima tijekom 2014.

Izvor: Tvrđava sv. Mihovila

6.2.2. Sezona 2015.

Druga sezona aktivnosti na obnovljenoj tvrđavi sv. Mihovila otvorena je koncertom Perpetuum Jazzile, što je bio prvi od ukupno 21 programa tijekom 28 dana zauzetosti tvrđave sv. Mihovila nekim kulturno-zabavnim programom, što je porast u odnosu na 2014. godinu.

Sezona je otvorena spomenutim koncertom 17. svibnja, mada je planiran i dva tjedna ranije, ali je zbog lošeg vremena odgođen za taj datum, a zatvorena je 10. listopada koncertom Olivera Dragojevića i Dupina. I tu se vidi napredak, odnosno produženje trajanja sezone, što su ljudi koje se bave vođenjem tvrđave i iznijeli kao cilj, obogaćivanje programa van udarne turističke sezone.

Ipak, što se tiče druge sezone tvrđave sv. Mihovila vidljiv je pad atraktivnosti izvođača, odnosno smanjenje izvođača A klase, u koju može ući tek Super Uho festival, odnosno dio programa tog festivala koji se održavao na tvrđavi, a kojeg su nositelji programa bili Flogging Molly kao najpoznatiji od bendova koji su nastupili. Terraneo Summer Break također u drugoj svojoj sezoni nije donio izvođače one klase kao godinu prije, a u vrh ponude može se dodati još i nastup Maksima Mrvice, šibenskog klavirista svjetske reputacije.

Slijedi niz izvođača tzv. B klase, u koji idu kao i godinu prije ŠPD Kolo, Lado, ali i Rundek Cargo Trio, Detour, Amira Medunjanin, Urban, Massimo, Parni Valjak, Oliver, Perpetuum Jazzile te poneki manje poznati, ali izuzetno kvalitetan izvođač koji je održavao koncerte na „strani B“, odnosno prostoru ispod glavne pozornice, svojevrsnom ekvivalentu klupskog tipa koncertnog prostora.

U 2015. je zabilježen porast broja posjetitelja, ali ne postoji točna brojka, neslužbena informacija je kako je u prvih osam mjeseci premašena brojka od sto tisuća posjetitelja, što dovodi do zaključka da je zasigurno i do kraja godine bilo više od 115 tisuća posjetitelja, koliko ih se vodi za 2014. godinu.

Tijekom druge sezone rada tvrđave sv. Mihovila bilo je ukupno devet najмова prostora za događanja koja su zatvorena za javnost.

PREGLED DOGAĐANJA NA TVRĐAVI SV. MIHOVILA U SEZONI 2015.	
<i>Događanje:</i>	<i>Cijena ulaznice (HRK)</i>
Perpetuum Jazzile	150,00 kn
Zvezdani chefovi pod zvezdanim nebom	100,00 kn
Deboto festival	100,00 kn
ŠPD Kolo	
Rundek Cargo Trio	100,00 kn
Elvis Stanić & Nenad Frangeš	180,00/200,00 kn
Detour	
Maksim Mrvica	
Šibenski plesni festival	
LADO	
Terraneo Summer Break (više izvođača)	- kn
Amira Medunjanin	140,00/160,00 kn
Super Uho (trodnevni festival)	- kn
Urban&4	100,00 kn
Kaja Farzsky	15,00/25,00 kn
Massimo	
Mihovil gleda filmove	- kn
Parni Valjak	
Papandopulo kvartet	- kn
Večer francuske šansone	
Oliver & Dupini	100,00 kn

Tablica 5. Pregled događanja na tvrđavi sv. Mihovila tijekom 2015. godine

Izvor: Tvrđava sv. Mihovil

6.2.3. Sezona 2016.

Treća sezona programa na tvrđavi sv. Mihovila donijela je ukupno 19 programa, koji se se protekli tijekom 21 dana na ljetnoj pozornici ili „strani B“. Sezona je otvorena upravo na strani B, gostovanjem argentinskog sastava Sexteto Milonguero, a prvi veliki događaj na ljetnoj pozornici bio je koncert Gibonnija 24. lipnja.

U kontekstu nastupa A klasa, u tu grupu se može izdvojiti nastup dvojca Sky&Ross iz Morcheebe, koji su bili koncert koji je bio atraktivan na nacionalnoj razini, a dodatno je doprinio promociji ove kulturne lokacije zbog činjenice da je tijekom njihovog nastupa sniman i spot za jednu od pjesama.

Ostale izvođače ne možemo svrstati u tu klasu, a pod B klasu možemo istaknuti atraktivnije poput Gibonnija, Gorana Bare i Majki, Nene Belana, Matije Dedića i Gabi Novak, The Queen Symphony u izvedbi ŠPD-a Kolo i Simfonijskog orkestra Oružanih snaga Republike Hrvatske te još Klapu Campi i Zoricu Kondžu te Đanija Stipaničeva.

PREGLED DOGAĐANJA NA TVRĐAVI SV. MIHOVILA U SEZONI 2016.	
<i>Događanje:</i>	<i>Cijena ulaznice (HRK)</i>
Strana B: Sexteto Milonguero	- kn
Gibonni	160,00 kn
The Queen Symphony: ŠPD Kolo & Simfonijski orkestar OSRH	100,00 kn
Rade Šerbedžija i Miroslav Tadić (vanjski organizator)	
Zatvaranje MDF-a: Ero s onoga svijeta	100,00 kn
Skye & Ross from Morcheeba	180,00/200,00 kn
Otvorenje izložbe "Skladište zvuka"	
Unplugged festival: Neno Belan i Mediteranski orkestar (vanjski organizator)	
Unplugged festival: Goran Bare i Majke (vanjski organizator)	
Otvaranje šibenskog plesnog festivala: Balet 5 do 12	
Strana B: Šibenski plesni festival - Metamorfoze	- kn
Jazz za vječnost - Matija i Gabi za Arsena s prijateljima	140,00/160,00 kn
Strana B: Black Coffee	- kn
Đani Stipanićev: Sjećanje na Vicu	100,00 kn
Motovun festival - Mihovil gleda filmove	15,00/25,00 kn

Deboto festival (vanjski organizator)	
Strana B: CHUI & Psilicone Theatre + Hairy hairy mouth	- kn
Klapa Cambi i Zorica Kondža (vanjski organizator)	
Strana B: Marko Ramljak band	- kn
HNK u Zagrebu: Nikola Šubić Zrinjski	100,00 kn

Tablica 6. Pregled događanja na tvrđavi sv. Mihovila tijekom 2016. godine

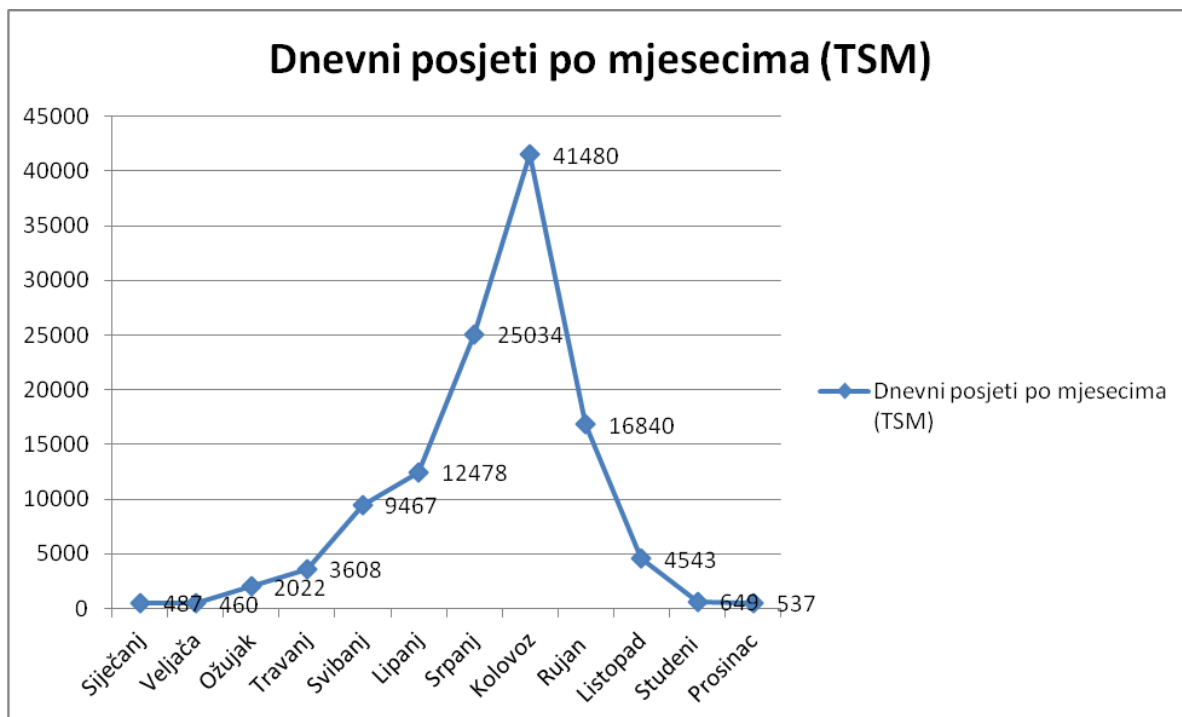
Izvor: Tvrđava sv. Mihovila

Prema neslužbenim informacijama, 2016. je bila rekordna što se tiče posjeta tvrđavama sv. Mihovil i Barone, što je logično s obzirom da je riječ o prvoj sezoni da su obje tvrđave bile u funkciji. Sredinom listopada iz Javne ustanove Tvrđave kulture plasirali su informaciju kako je kombinirano na obje tvrđave dotad u 2016. godini bilo 420 tisuća posjetitelja, a u cijeloj 2016. je samo na tvrđavi sv. Mihovil bilo 117566 posjeta, neovisno o posjeti programskim događanjima, što je rekord za jednu sezonu.

EVIDENCIJE POSJETA NA TVRĐAVI SV. MIHOVILA 2016.		
	<i>cijena karte (HRK)</i>	<i>01.01. – 31.12.2016.</i>
Odrasli	50,00 kn	55.743
Djeca i studenti	30,00 kn	8.125
Grupni posjeti	- kn	3.894
Slobodan ulaz (dani otvorenih vrata)	0,00 kn	2.983
Članovi kluba prijatelja – individualne iskaznice	50,00 kn	2.025
Članovi kluba prijatelja - obiteljske iskaznice	110,00 kn	40.927
Gosti sa Tvrđave Barone	-kn	3.869
UKUPAN BROJ POSJETITELJA:		117.566

Tablica 7. Evidencija posjeta na tvrđavi sv. Mihovila tijekom 2016. godine

Izvor: Tvrđava sv. Mihovila



Slika 11. Dnevni posjeti po mjesecima na tvrđavi sv. Mihovila tijekom 2016.

Izvor: Tvrđava sv. Mihovila

Tom prilikom iznesen je i podatak o 4617 članova Kluba prijatelja šibenskih tvrđava, što za članarinu od 50 kuna godišnje nudi godišnju ulaznicu za obje tvrđave, kao i slobodan ulaz na dio programa. Brojka je to koja se akumulira tijekom tri godine i s obzirom na populaciju Grada Šibenika koja iznosi 46332 prema popisu iz 2011. godine, riječ je o respektabilnoj brojci.

Također, tijekom 2016. godine bilo je deset najмова tvrđave sv. Mihovila za potrebe događanja privatne ili poslovne naravi.

6.2.4. Zaključak analize programskog sadržaja tvrđave Sv. Mihovila

Ponuda na tvrđavi sv. Mihovila bazira se na atraktivnosti lokacija i pogleda koji se pruža, kao i na činjenici da je kao novouređena atrakcija u prvih nekoliko godina zanimljiva i lokalnom stanovništvu te pogotovo turistima kojima se prezentira kao atrakcija na razini cijele Dalmacije, zbog koje se isplati posjetiti Šibenik.

Nositelj programa tvrđave je ljetna pozornica, dok je sekundarni nositelj programa tzv. „Strana B“, područje ispod tribina ljetne pozornice, s manjom, montažnom binom namijenjenoj prije svega za programe klupskog tipa, čemu pridonosi i ugostiteljski objekt sa šankom i visokim i niskim stolicama, koje se po potrebi miču i otvaraju prostor za plesni podij. Drugim riječima, po programu na ljetnoj pozornici možemo ocjenjivati kvalitetu programa po svakoj pojedinoj sezoni.

Na njoj, kao što je navedeno i u planu razvoja programa tvrđave sv. Mihovila, gostuju izvođači različitih stilova, što je i bio preduvjet da se poveća zanimanje lokalnog stanovništva, jer premala je brojka stanovnika koja „gravitira“ tvrđavi sv. Mihovila da bi se ona usko specijalizirala za jedan vid kulture ili jedan vid glazbenog žanra.

Prve sezone je program, ne toliko kvalitetom, koliko kvantitetom, bio na vrlo visokoj razini i pratio je tu jednu veliku pozornost koju je otvaranje tvrđave dobilo, i na nacionalnoj razini. Krajem 2014. stvorio se dojam kako je Šibenik konačno dobio jedan prvoklasan koncertni prostor, ali i kako će tim prostorom vladati ljudi koji će njegovu atraktivnost znati popuniti atraktivnim programom, uz potporu Grada Šibenika.

Prva sezona, međutim, dosad je ostala najatraktivnijom, onom s najviše top klasa u kulturno-zabavnom smislu, dok je svaku iduću sve više padala atraktivnost izvođača, odnosno broj izvođača koji su atraktivni i u međunarodnim okvirima. Nakon tri ili četiri u prvoj godini, ovisno kako će se okarakterizirati 2Cellos kao domaći izvođači, u 2015. i 2016. tvrđava sv. Mihovila je ugostila tek po jedno ime atraktivno u međunarodnim okvirima, Flogging Molly te Skye&Rossa iz Morcheebe.

Što se tiče raznolikosti, tu je u prve tri sezone bilo zaista dosta roga različitog, od otvaranja festivala poput srednjovjekovnog i plesnog, do gostovanja dječjeg i filmskog festivala preko gastronomskih sadržaja, opera i baleta pa sve do tradicionalnog dalmatinskog glazbenog izričaja, ali i klasičnog popa, francuske šansone, nekoliko žanrova rocka, jazz, elektronike i zborskog pjevanja.

Popunjenost, pod čim se ne gleda na odaziv na pojedini program već na popunjenost tvrđave programom tijekom sezone, može biti indikativna. Nakon što je popunjenost tvrđave, logično s obzirom da je prva sezona bila „krnja“, bila u porastu u 2015. u odnosu na 2014., sa 17 dana na 28 dana, tijekom 2016. godine popunjenost dana programima na tvrđavi, bilo to ljetna pozornica, bilo „strana B“, pala je na 21 dan, što je pad od 25 posto.

Niz je mogućih razloga za to, no najvjerojatnije je riječ u ovom slučaju o financijskim limitima, u što možemo uvrstiti nemogućnost šibenske lokalne samouprave da sustavno financira dovođenje zvučnih glazbenih imena, pogotovo nakon što se potrošilo puno, možda i previše javnog novca za podizanje statusa tvrđave sv. Mihovila u prve dvije sezone. Vezano uz to, rizik je i vanjskim organizatorima uz najam tvrđave i plaćanje izvođača naći model zatvaranja financijske konstrukcije bez jakog sponzora, jer sa kapacitetom nešto većim od tisuću mjesta karte moraju biti vrlo skupe da bi se zaradilo dovoljno za isplatu angažmana velikim glazbenim zvijezdama. Drugi mogući i vjerojatni razlog je činjenica što se tvrđava ograničila, i s razlogom s obzirom na infrastrukturu i prirodnu kulisu, na „kulturniji“ i „urbaniji“ program, kao i da je postavila određenu letvicu kvalitete, angažiranja već dokazanih imena, barem na lokalnoj sceni. U prve dvije godine dosta imena iz tog „bazena“ iz kojeg angažiraju izvođače su „potrošili“ i ako se želi izbjeći ponavljanje, nije jednostavno svake sezone novim biranim imenima puniti pozornicu tvrđave, uz financijske limite koji postoje, pogotovo u aktualnoj ekonomskoj situaciji čitave zemlje.

6.2.5. Financijska održivost tvrđave sv. Mihovila i tvrđave Barone

Tvrđava sv. Mihovila u obnovljenom obliku otvorena je 2014. godine, a prve dvije godine poslovala je kao dio Muzeja grada Šibenika, jer još nije postojala zasebna javna ustanova pod kojom bi djelovala. Tek od 2016. godine postoji javna ustanova Tvrđave kulture, koja objedinjuje tvrđavu sv. Mihovil i tvrđavu Barone. Upravo zbog navedenih činjenica i zbog nemogućnosti dolaska do detaljne specifikacije prihoda i rashoda, teško je detaljno analizirati financijsku održivost tvrđave sv. Mihovila ili općenito jedne od tvrđava.

Ipak, iz financijskih podataka je vidljivo da je u sve tri sezone tvrđava sv. Mihovila, odnosno u trećoj sezoni zajedno s tvrđavom Barone, poslovala pozitivno, što znači da su prema financijskom izvješću prihodi bili veći od rashoda.

U 2014. godini pod stavkom „Sufinanciranje cijene usluga, participacija i slično-upisnina“ ima 3.221.045,10 kuna prihoda, dok pod „Prihodi od pruženih usluga“ ima 82.254,50 kuna. Ukupno je to 3.303.299,6 kuna prihoda, dok je rashoda bilo 1.770.000,00, od čega 1.632.000,00 otpada na redovnu djelatnost, a 138.000,00 na zaštitu kulturno povijesne baštine. Nakon izračuna, zaključak je da za 2014. godinu dobit iznosi 1.533.299,6 kuna.

U 2015. godini od ulaznica za posjet tvrđavi zarađeno je 3.378.902,50 kuna, od ulaznica za posjet koncertima 201.869,11 kuna, a prihodi od pruženih usluga iznosili su 188.907,00 kuna. Ukupno je to 3.769.678,61 kuna, a kako su rashodi iznosili 3.450.000,00 kuna, dobit iznosi 319.678,61 kuna.

Sagledavajući 2014. i 2015., primjećuje se porast prihoda u 2015. godini za nešto više od 12 posto.

U 2016. je nešto teže raditi financijsku analizu jer su tvrđave sv. Mihovil i Barone prvih sedam mjeseci poslovale pod javnom ustanovom Muzej Grada Šibenika, dok su od 1.8. pod novoosnovanom javnom ustanovom Tvrđave kulture, pod kojom bilježe 2.895.152,00 kuna prihoda, zajedno, dok pod Muzejem bilježe 3.220.421,55 kuna prihoda. Ukupno je, prema informacijama iz Tvrđave kulture, dobit na kraju 2016. godine iznosila oko 600.000,00 kuna.

7. Zaključak

Grad Šibenik definitivno se predodredio za turizam kao stratešku granu razvoja grada, unutar koje kulturni turizam vide kao nositelj turističke ponude i atraktivnosti.

Cijela priča zamaha kulturnog turizma započela je 2012. godine kad je započeo projekt uređenja prve šibenske tvrđave, sv. Mihovila, a njenim otvaranjem u preuređenom obliku u lipnju 2014. godine grad Šibenik je dobio prvoklasnu i višenamjensku kulturnu atrakciju, koja je pokrenula i druge projekte u gradu, poput prenamjene starih palača u male hotele u staroj gradskoj jezgri, ali i općenitog podizanja turističke ponude na višu razinu, shodno tome što je definitivnom orijentacijom na kulturni turizam Šibenik sve više postao domaćinom turista nešto veće kupovne moći, ali i nešto više postavljenih kriterija.

Na otvaranje preuređene tvrđave sv. Mihovila nadovezalo se i preuređenje tvrđave Barone, koja je otvorena 2016. godine, a koja je zamišljena kao kompatibilna nadopuna programu tvrđave sv. Mihovila, a njihova povezanost i svojevrsna zajednička ponuda vidljiva je i kroz činjenicu da njome upravlja ista ustanova, nova javna ustanova pod Gradom Šibenikom.

Otvaranjem i treće preuređene tvrđave, sv. Ivana, koja je u planu tijekom 2019. godine, zaokružiti će se cijela jedna nova kulturna ponuda Šibenika, koji bi tako u razmaku od pet godina dobio tri izuzetne atrakcije, odmah uz bok katedrali sv. Jakova i staroj gradskoj jezgri.

Može se reći da su projekti preuređenja šibenskih tvrđava bili okidač orijentacije Šibenika na grad kulturnog turizma te svojevrsni simbol konačnog prepoznavanja vlastitog potencijala od strane Šibenčana kao i ulaganje u njih. Preuređenje tvrđava značilo je i za stanovnike Šibenika i sa psihološkog aspekta, ali i u smislu privlačenja drugih ulagača koji su sad prepoznali Šibenik kao veliki potencijal i grad koji će obnovom tvrđava doći u sam vrh hrvatskih gradova po turističkoj atraktivnosti te posjeti.

Što se tiče projekata, premda se svakom od njih može pronaći mana, objektivno je grad Šibenik za vrlo malo novca, s obzirom na ukupnu vrijednost projekata, uz pomoć sredstava iz europskih fondova dobio veliko kulturno blago.

Pokazatelji tijekom prve tri godine funkcioniranja tvrđave sv. Mihovila, odnosno jedne godine funkcioniranja tvrđave Barone, pokazali su da financijski gledano tvrđava samoodrživa. Zaključak je to činjenice da su sve tri godine završene u operativnom plusu. Ipak, što se tiče

održivosti programa i atraktivnosti, odnosno održavanja visoke kvalitete ponuđenog programa, teško je iz godine u godinu ciljati na top svjetske klase.

S te strane potrebno je pronaći rješenje u vidu sponzorstva, javno-privatnog partnerstva ili nečeg trećeg jer postoji nekolicina otegotnih okolnosti zašto Tvrđave kulture kao ustanova koja upravlja tvrđavama, ne može iz godine u godinu ulagati velika sredstva u program, osim ako proračunom nije predviđen veliki gubitak po nekim događajima.

Zaključak je kako su prve tri godine indikativne, ali tek će iduće tri pokazati koliko je vizija upravljanja tvrđavama samoodrživa, odnosno pravi pokazatelji utjecaja projekta uređenja šibenskih tvrđava na razvoj Šibenika moći će biti izvedeni tek iza 2019. godine, kad u funkciji bude i obnovljena tvrđava sv. Ivana.

8. Sažetak

U ovom radu se kroz pet poglavlja obrađuje tema upravljanja kulturnom baštinom, ponajviše korištenje kulturne baštine u turističke svrhe.

Tematika se obrađuje kroz konkretan primjer grada Šibenika te njegovih tvrđava, koje se obnavljaju jedna za drugom i daju jednu novu dimenziju kulturne ponude tog grada. U prvom dijelu rada obrađuje se općenito pojam upravljanja kulturnom baštinom, a potom se opisuju tri postojeća projekta uređenja šibenskih tvrđava te stavljaju u kontekst turističkog potencijala grada Šibenika. U idućem dijelu rada predstavlja se nekolicina projekata iz Hrvatske i inozemstva na temu građenja kulturnog turizma na temelju iskorištavanja, ponekad i prenamjene, postojeće kulturne baštine.

U posljednjem dijelu rada detaljnije se analizira tvrđava sv. Mihovila nakon rekonstrukcije, kroz prizmu programa tijekom prve tri sezone funkcioniranja ljetne pozornice, ali i kroz prizmu financijskih rezultata u te tri godine. Na temelju toga slijedi zaključak oko izvedenog na tvrđavi sv. Mihovila i mogućeg daljnjeg razvoja s obzirom na dosad zadan smjer u kojem ide program i općenito vizija funkcioniranja obnovljenog fortifikacijskog objekta.

Ključne riječi: kulturna baština, kulturni turizam, tvrđave, Šibenik, sv. Mihovil

9. Abstract

This work through the five chapters handles the topic of managing cultural heritage, most notably the use of the cultural heritage for tourism purposes.

The theme is processed through a concrete example of the city of Šibenik and its fortresses, which are reconstructed one after another, and give a new dimension to the cultural offer of the city. The first part of the work deals with the general concept of the management of cultural heritage, and then describe the three existing reconstruction projects of Šibenik's fortresses, placed in context of Šibenik's tourist potential. In the next part of the work, few projects from Croatia and abroad are presented, on topic of building cultural tourism based on exploitation, sometimes even of conversion, the existing cultural heritage. Last part of the work takes detailed analysis of the St. Michael fortress after the reconstruction, through the prism of the program during the first three seasons of the functioning of the summer stage, but also through the prism of financial results in those three years. Based on that follows the conclusion taken around the St. Michael fortress and possible further development, and also the general vision of the functioning of the renovated fortification facility.

Keywords: cultural heritage, cultural tourism, fortresses, Šibenik, St. Michael

Popis literature

Knjige i znanstveni članci

1. Boniface, P., Fowler, P. J.; *Heritage and Tourism in the Global Village* (Heritage: Care, Preservation, Management), Routledge, London, 1993.
2. Forrest, C. J. S.; *International Law and the Protection of Cultural Heritage*, London, 2010.
3. Gillman D., *The Idea of Cultural Heritage*, The Institute of Art and Law, London, 2006.
4. Graham B., Ashworth G. J., Tunbridge, J. E.; *A geography of heritage: Power, culture and economy*, London, Arnold, 2000.
5. Howard P.; *Heritage: management, interpretation, identity*, Continuum, New York, London, 2003.
6. Integracija plana upravljanja kulturnim dobrima s projektom rekonstrukcije i afirmacije tvrđave sv. Mihovila, Grad Šibenik, 2011.
7. Jelinčić D.A.; *Abecedeja kulturnog turizma*, Meandarmedia/Meandar, Zagreb, 2008.
8. Jelinčić D. A.; predavanje „Kulturni turizam – prilike, prijetnje i osnove menadžmenta“, Šibenik, 2013.
9. Kirchenblatt-Gimblett, B.; *Destination Culture / Tourism, Museums and Heritage*, University of California Press, Berkeley, Los Angeles, London, 1998.
10. Marasović, T., *Kulturna baština*, Veleučilište, Split, 2001.
11. Micro project d.o.o.; Integracija plana upravljanja kulturnim dobrima s projektom rekonstrukcije i afirmacije, tvrđave sv. Mihovila, 2011.
12. Micro project d.o.o.; *Strategija razvoja Grada Šibenika*, Grad Šibenik, 2011.
13. Nuryanti, W.; *Heritage and Postmodern tourism*, Elsevier Science Ltd, London, 1996.
14. Plan razvoja programa tvrđave sv. Mihovila, Grad Šibenik, 2011.
15. Plan upravljanja kulturnim dobrima na lokalnoj i regionalnoj razini, Grad Šibenik, 2011.
16. Razvoj brenda grada Šibenika kao prvorazredne destinacije kulturnog turizma, Grad Šibenik, 2011.
17. Revitalizacija tvrđave sv. Ivan, idejni projekt, Grad Šibenik, 2014.
18. Smith, L. *Uses of heritage*, Routledge, London, 2006.
19. Strategija razvoja kulturnog turizma, “Od turizma i kulture do kulturnog turizma”; Vlada Republike Hrvatske, Ministarstvo turizma, Zagreb, 2003.

20. Strategija zaštite, očuvanja i održivog gospodarskog korištenja kulturne baštine RH za razdoblje 2011. – 2015, Ministarstvo kulture Republike Hrvatske, Zagreb, 2011.
21. Studija najboljih praksi u upravljanju kulturnim vrijednostima u inozemstvu i Hrvatskoj, Grad Šibenik, 2011.
22. Studija izvedivosti i analiza troškova, rekonstrukcija tvrđave Barone, Grad Šibenik, 2013.
23. Tilden F.; Interpreting our heritage, University of North Carolina Press, North Carolina, 1957.

Mrežne stranice

1. Društvo za očuvanje šibenske baštine Juraj Dalmatinac, URL: www.jurajdalmatinac.com
2. Grad Šibenik, URL: www.sibenik.hr
3. ICOMOS Cultural Tourism Charter, 8th draft, 1999., URL: <http://www.icomos.org/tourism/charter.html>
4. Turistička zajednica Grada Šibenika, URL: www.sibenik-tourism.hr
5. Tvrđava Barone, URL: www.barone.hr
6. Tvrđava sv. Mihovil, URL: www.svmihovil.sibenik.hr
7. UNESCO, URL: www.unesco.org
8. UNESCO Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage 2003., URL: <https://ich.unesco.org/en/convention>

Popis korištenih slika

Slika 1. Profil kulturnih turista po dobi i obrazovanju	7
Izvor: Stavovi i potrošnja posjetitelja kulturnih atrakcija i događanja u Hrvatskoj, Institut za turizam, 2008.	
Slika 2. Izvori informacija o posjećenosti atrakciji/događaju	9
Izvor: Stavovi i potrošnja posjetitelja kulturnih atrakcija i događanja u Hrvatskoj, Institut za turizam, 2008.	
Slika 3. Tvrdava sv. Mihovila	12
Izvor: ŠibenikIN, URL: http://www.sibenik.in/sibenik/grubic-tvr-ave-sv-mihovila-i-barone-tek-su-pocetak-obnove-sibenskih-starina/61370.html	
Slika 4. Tvrdava Barone	14
Izvor: Tvrdava Barone, URL: www.barone.hr	
Slika 5. Tvrdava sv. Ivan	15
Izvor: Društvo za očuvanje šibenske baštine Juraj Dalmatinac, URL: http://www.jurajdalmatinac.com/?p=916	
Slika 6. Tvrdava sv. Nikole	16
Izvor: ŠibenikIN, URL: http://www.sibenik.in/bastina/andrej-zmegac-utvrda-sv-nikole-u-sibeniku-jedna-od-najvaznijih-i-najboljih-u-hrvatskoj/58402.html#	
Slika 7. Mapa preuređene tvrđave sv. Mihovila	18
Izvor: Tvrdava sv. Mihovila, URL: http://svmihovil.sibenik.hr/upload/stranice/2015/04/2015-04-27/4/6stiliziranamapatvrave.pdf	
Slika 8. Animacija projekta uređena tvrđave Barone	20
Izvor: Tvrdava Barone, URL: http://www.barone.hr/clanci/gradu-sibeniku-ododbrena-eu-sredstva-za-tvr-avu-barone/15.html	
Slika 9. Tlocrt projekta uređenja tvrđave sv. Ivana	26
Izvor: TRIS, URL: http://tris.com.hr/2016/07/sibeniku-41milijun-kuna-za-tvr-davu-sv-ivana/	
Slika 10. Broj dnevnih posjetitelja tvrđave sv. Mihovila po mjesecima tijekom 2014.	42
Izvor: Tvrdava sv. Mihovila	
Slika 11. Dnevni posjeti po mjesecima na tvrđavi sv. Mihovila tijekom 2016. godine	46
Izvor: Tvrdava sv. Mihovila	

Popis tablica

Tablica 1. Prikaz dolazaka domaćih i stranih turista na području grada Šibenika	10
Izvor: Ministarstvo turizma Republike Hrvatske	
Tablica 2. Prikaz dolazaka stranih i domaćih turista na području grada Trogira	32
Izvor: Ministarstvo turizma Republike Hrvatske	
Tablica 3. Pregled događanja na tvrđavi sv. Mihovila tijekom 2014. godine	40
Izvor: Tvrđava sv. Mihovila	
Tablica 4. Evidencija posjeta na tvrđavi sv. Mihovila tijekom 2014. godine	41
Izvor: Tvrđava sv. Mihovila	
Tablica 5. Pregled događanja na tvrđavi sv. Mihovila tijekom 2015. godine	43
Izvor: Tvrđava sv. Mihovila	
Tablica 6. Pregled događanja na tvrđavi sv. Mihovila tijekom 2016. godine	45
Izvor: Tvrđava sv. Mihovila	
Tablica 7. Evidencija posjeta na tvrđavi sv. Mihovila tijekom 2016. godine	45
Izvor: Tvrđava sv. Mihovila	